



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUARIAS E
CONTABILIDADE
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

LUCAS OLIVEIRA COSTA

EMPREENDEDORISMO SOCIAL EM INSTITUIÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS:
O CASO DE UMA ASSOCIAÇÃO NA CIDADE DE FORTALEZA/ CE

FORTALEZA
2013

LUCAS OLIVEIRA COSTA

**EMPREENDEDORISMO SOCIAL EM INSTITUIÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS:
O CASO DE UMA ASSOCIAÇÃO NA CIDADE DE FORTALEZA/ CE**

Monografia apresentada à coordenação do Curso de Administração de Empresas da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Ms. Sérgio Chaves Arruda.

FORTALEZA

2013

LUCAS OLIVEIRA COSTA

**EMPREENDEDORISMO SOCIAL EM INSTITUIÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS:
O CASO DE UMA ASSOCIAÇÃO NA CIDADE DE FORTALEZA/ CE**

Monografia apresentada ao Curso de Administração de Empresas do Departamento de Administração da Universidade Federal do Ceará, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovada em: ___/___/_____.

Prof. Ms. Sérgio Chaves Arruda (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Ms. Carlos Manta P. Araújo
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Luiz Carlos Murakami
Universidade Federal do Ceará (UFC)

AGRADECIMENTOS

A Deus, por seu infinito Amor.

À minha mãe, mulher de fibra que com sua dedicação, atenção e amor durante toda a minha vida, me ensinou a enfrentar os desafios da vida e a ser uma pessoa melhor. Ao meu pai (*in memoriam*) por ter me trazido ao mundo e pela constante intercessão que realiza. Aos meus irmãos, Larisse e Leonel, por toda a ajuda, empenho e amizade com relação a esse trabalho, mas, principalmente, com relação a tudo que envolve a minha vida. Ao meu padrasto Bernardo e a todos os meus familiares. À minha namorada Lorena e a todos os meus amigos.

Aos membros da Associação Lumen, comunidade querida e amada, que contribuíram para a realização deste trabalho direta ou indiretamente.

Ao meu orientador, Prof. Ms. Sérgio Chaves Arruda, que participou ativamente da construção deste trabalho com muito empenho, afinco e sabedoria. As palavras de apoio, as correções fraternas e todas as intervenções foram de grande valia para que se construísse algo positivo e proveitoso. Sou realmente muito grato ao senhor por ter tornado algo tão distante e abstrato em algo tão palpável e concreto.

Ao Prof. Dr. Luiz Carlos Murakami e ao Prof. Ms. Carlos Manta P. Araújo por terem aceitado participar da banca examinadora desta monografia, contribuindo de maneira valiosa para o aprimoramento desse estudo.

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo geral analisar de que forma o empreendedorismo social é percebido pelos membros de uma associação e específicos levantar os fatores que caracterizam o empreendedorismo social em uma associação e coletar as percepções dos membros de uma associação na cidade de Fortaleza/CE acerca das características do empreendedor social. A relevância dessa temática se deve ao fato de ser abordado o empreendedorismo social, onde as boas ideias dos empreendedores geram benefícios não somente a eles, principalmente à sociedade. Outro fator de relevância é a abordagem ao Terceiro Setor, que vem crescendo de forma impressionante nos últimos anos. O Referido estudo partiu dos pressupostos de que o empreendedorismo social se aplica a associações e que os membros de associações se percebem como empreendedores sociais. Utilizou-se como base para o referencial teórico, autores como Dornelas e Tenório e instituições como a Ashoka. A metodologia de pesquisa utilizou uma abordagem qualitativa, a tipologia da pesquisa quanto aos fins foi exploratória e descritiva, já quanto aos meios de investigação da pesquisa, ela é considerada documental, bibliográfica e um estudo de caso único. Os resultados obtidos apontam que os objetivos gerais e específicos da pesquisa foram cumpridos, confirmando totalmente os pressupostos estabelecidos. Em futuras pesquisas, indica-se a necessidade de aplicar o questionário em mais de uma instituição, haja vista que cada uma tem suas particularidades e os resultados obtidos podem ser aperfeiçoados a partir do confronto dos dados.

Palavras-chave: Empreendedorismo Social. Terceiro Setor. Instituições sem fins Lucrativos. Associações.

ABSTRACT

This research has as main objective to analyze how social entrepreneurship is perceived by members of an association and raise the specific factors that characterize social entrepreneurship in a pool and collect the perceptions of members of an association in fortaleza/CE city of about characteristics of the social entrepreneur. The relevance of this issue is due to be addressed social entrepreneurship, where good ideas of entrepreneurs generate benefits not only to them, especially to society. Another relevant factor is the approach to the Third Sector, which has grown dramatically in recent years. The study started from the assumption that social entrepreneurship applies to associations and members of associations see themselves as social entrepreneurs. Was used as the basis for the theoretical framework as Dornelas authors and Tenorio and institutions such as Ashoka. The research methodology used a qualitative approach, the type of research as the purpose was exploratory and descriptive, since research on the means of the study, it is considered documentary , bibliographic , and a single case study . The results indicate that the general and specific objectives of the research were completed , fully confirming the established assumptions . In future research, we may indicate the need to administer the questionnaire in more than one institution, given that each has its peculiarities and the results can be improved from the confrontation of the data .

Keywords: Social Entrepreneurship. Third Sector. Nonprofit Institutions. Associations.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Definições de Empreendedorismo e Empreendedor	19
Quadro 2 – Conceitos sobre empreendedorismo social (Visão Internacional)	20
Quadro 3 – Conceitos sobre empreendedorismo social (Visão Nacional)	22
Quadro 4 – Perfil do Empreendedor Social	24
Quadro 5 – Evolução do Terceiro Setor	27
Quadro 6 – Características dos Setores Sociais	29
Quadro 7 – Tipos de organização que se enquadram nos conceitos de Terceiro Setor	30
Quadro 8 – Funções Gerenciais	35
Quadro 9 – Projetos Ação Social Lumen	45
Quadro 10 – Características sociodemográficas dos respondentes	54
Quadro 11 – Resumo das respostas do questionário	55

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Você se considera inovador?	57
Gráfico 2 – Você procura colocar suas ideias em prática para que elas gerem frutos a você?	57
Gráfico 3 – Você procura ter visão do todo, a longo prazo?	58
Gráfico 4 – Você já teve alguma ideia que ajudou alguém a melhorar de vida? .	59
Gráfico 5 – Você ajuda em projetos sociais?	60
Gráfico 6 – Você se considera apaixonado pelas causas que atua?	60
Gráfico 7 – Você trabalharia sem receber dinheiro para que a sociedade como um todo melhore?	61
Gráfico 8 – Há em você um profundo comprometimento com os projetos em que está envolvido?	62
Gráfico 9 – Você se considera seguro em suas decisões?	63
Gráfico 10 – Você costuma perceber quando uma oportunidade é boa?	63
Gráfico 11 – Você se considera dinâmico?	64
Gráfico 12 – Quando você se depara com algo abstrato, consegue torná-lo concreto?	65
Gráfico 13 – Você se preocupa com sua sucessão?	65
Gráfico 14 – Você inspira outras pessoas a se engajarem em causas que você luta?	66
Gráfico 15 – Você se considera como alguém que faz a diferença no mundo? ..	67
Gráfico 16 – Você adere às normas das instituições nas quais participa?	67
Gráfico 17 – Você procura elaborar os projetos sociais de forma planejada?	68
Gráfico 18 – As ações previstas por você, no desenvolvimento dos projetos sociais, são executadas conforme planejadas?	69
Gráfico 19 – Você acompanha as ações implementadas nos projetos sociais, para verificar se estão sendo executadas conforme planejada?	70
Gráfico 20 – Você realiza ações corretivas, casos as que foram planejadas para os projetos sociais não saíram conforme planejadas?	70

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Organograma da Associação Lumen	38
Figura 2 – Organograma Setor de Ação Social	40

SUMÁRIO

LISTA DE QUADROS	vi
LISTA DE GRÁFICOS	vii
LISTA DE FIGURAS	viii
INTRODUÇÃO	12
Precedentes e delimitação temática	12
Problema de pesquisa	12
Objetivos	12
Objetivo geral	13
Objetivos específicos	13
Pressupostos	13
Justificativa	13
Metodologia	14
Estrutura do trabalho	15
1 EMPREENDEDORISMO SOCIAL	16
1.1 Origem	16
1.2 Definição	18
1.3 Características	22
2 ORGANIZAÇÕES DO TERCEIRO SETOR	26
2.1 Origem	26
2.2 Definição	28
2.3 Características e tipologias	29
2.4 As organizações não governamental versus as funções gerenciais	33
2.5 A Associação Lumen	35
2.5.1 Origem	35
2.5.2 Valores	37
2.5.3 Organograma	37
2.5.4 Projetos Sociais	41
2.5.5 Empreendedorismo Social na Associação Lumen	46

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	48
3.1 Tipologia da Pesquisa	49
3.2 Universo de estudo e Amostra	52
3.3 Coleta dos dados	52
3.3.1 Questionário de Pesquisa	53
3.3.2 Análise e tratamento dos dados	53
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS	54
4.1 Características sociodemográficas dos respondentes	54
4.2 Percepção dos membros da associação acerca do empreendedorismo social na instituição?	55
4.3 Você se considera inovador, ou seja, gosta de fazer as coisas que as pessoas ainda não tenham feito?	56
4.4 Você procura colocar suas ideias em prática para que elas gerem frutos a você?	57
4.5 Você procura ter visão do todo, em longo prazo?	58
4.6 Você já teve alguma ideia que ajudou alguém a melhorar de vida?	58
4.7 Você ajuda em projetos sociais?	59
4.8 Você se considera apaixonado pelas causas que atua?	60
4.9 Você trabalharia sem receber dinheiro para que a sociedade como um todo melhore?	61
4.10 Há em você um profundo comprometimento com os projetos em que está envolvido?	61
4.11 Você se considera seguro em suas decisões?	62
4.12 Você costuma perceber quando uma oportunidade é boa?	63
4.13 Você se considera dinâmico?	64
4.14 Quando você se depara com algo abstrato, consegue torná-lo concreto?	64
4.15 Você se preocupa com sua sucessão?	65
4.16 Você inspira outras pessoas a se engajarem em causas que você luta?	66
4.17 Você se considera como alguém que faz a diferença no mundo?	66
4.18 Você adere às normas das instituições nas quais participa?	67
4.19 Você procura elaborar os projetos sociais de forma planejada?	68

4.20 As ações previstas por você, no desenvolvimento dos projetos sociais, são, executadas conforme planejadas?	68
4.21 Você acompanha as ações implementadas nos projetos sociais, para verificar se estão sendo executadas conforme planejada?	69
4.22 Você realiza ações corretivas, casos as que foram planejadas para os projetos sociais não saíram conforme planejadas?	70
4.23 Considerações gerais sobre os dados	71
CONCLUSÃO	73
REFERÊNCIAS	75
APÊNDICES	78
Apêndice 1 – Questionário de Pesquisa (impresso)	79
Apêndice 2 – Questionário de Pesquisa (on line)	81
Apêndice 3 – Comunicado de sensibilização	85

INTRODUÇÃO

Precedentes e delimitação temática

Nos últimos anos, vem-se discutindo de maneira reiterada o impacto social que a globalização tem causado na sociedade. Suas análises demonstram que a nova forma econômica mundial está produzindo inúmeras consequências negativas, como a elevação da desigualdade social, ascensão da pobreza, marginalização das classes menos favorecidas e etc.

Dentro desse contexto, surgem as organizações sem fins lucrativos, que vêm para tentar transformar os indivíduos, de maneira particular, e a sociedade, de maneira geral. Essas organizações estão situadas no Terceiro Setor da Economia, pois não são nem Estado, Setor público (Primeiro Setor), nem Mercado (Segundo Setor) e tem grande relevância na sociedade atual.

Com relação ao referencial teórico do presente trabalho, foram utilizados livros, teses, dissertações, monografias, periódicos, revistas, jornais, *sites* especializados nos assuntos. Autores como Dornelas, Oliveira e Drayton, fundador da ASHOKA, foram citados diversas vezes durante esse trabalho monográfico.

Problema de pesquisa

Este estudo visa responder o seguinte questionamento: **De que forma o empreendedorismo social é percebido pelos membros de uma associação?**

Objetivos

A seguir, observam-se os objetivos gerais e específicos para o estudo em questão:

Objetivo geral

Analisar o empreendedorismo social em uma associação na cidade de Fortaleza/CE.

Objetivos específicos

De forma específica, procurar-se-á:

- 1) Levantar os fatores que caracterizam o empreendedorismo social em uma associação na cidade de Fortaleza/CE e;
- 2) Coletar as percepções dos membros de uma associação na cidade de Fortaleza/CE acerca das características do empreendedor social.

Pressupostos

- a) O empreendedorismo social se aplica a associações.
- b) Os membros de associações se percebem como empreendedores sociais.

Justificativa

Quando se fala em empreendedorismo, possivelmente boa parte dos ouvintes deve pensar em boas ideias que fazem pessoas ganhar dinheiro e obter lucros. Esse trabalho monográfico, porém, mostra outra abordagem do empreendedorismo, o Empreendedorismo Social. Nesse caso, as boas ideias trazem benefícios não somente aos indivíduos, mas também à sociedade. O benefício gerado muda a realidade daqueles que estão envolvidos no projeto de maneira efetiva e concreta. É de suma importância adentrar nesses aspectos e olhar com mais profundidade para esse ramo do empreendedorismo, pois ainda há poucos estudos nessa área.

O Terceiro Setor vem crescendo de forma impressionante nos últimos anos. Só nos Estados Unidos, segundo um estudo feito por Salamon, as ONGs movimentam cerca de US\$ 1,9 trilhão por ano. De acordo com pesquisa realizada pelo IBGE em 2008, há mais de 400 mil ONGs no Brasil. Esses fatos citados, já

recomenda o Terceiro Setor como um bom assunto para aprofundarmos nossos estudos. Há também outro aspecto relevante com esse tema, que é o fato do objeto de pesquisa estudado ser as instituições sem fins lucrativos, pois essas organizações ainda são pouco exploradas no campo de vista acadêmico e mercadológico.

Por fim, é importante salientar a importância da instituição que será utilizada para a coleta de dados do presente trabalho, haja vista que há mais de 13 anos trabalha com projetos sociais e nos últimos anos tem se expandido para outros estados. Outro fator de relevância é a variedade de públicos trabalhados pela Ação Social Lumen, haja vista que seus projetos englobam os enfermos, os mendigos, as comunidades carentes, os surdos, os idosos, dentre outros indivíduos.

Metodologia

A metodologia de pesquisa adotada tem abordagem qualitativa. Com relação à tipologia da pesquisa, o trabalho é classificado quanto aos fins como exploratório e descritivo. Já com relação aos meios de investigação da pesquisa, ele é classificado como documental, bibliográfico e apresenta ainda um estudo de caso único.

O universo de estudo de estudo é o Terceiro Setor, a população são as instituições sem fins lucrativos com viés religioso e a amostra da pesquisa foi a Ação Social Lumen. Os dados coletados nessa organização se deram através de pesquisa bibliográfica, documental, entrevista e um questionário estruturado fechado, com escala de 1 a 4, aprovado por um grupo focal.

A Instituição investigada trata-se da Ação Social Lumen instituição fundada em 1989, que começou a trabalhar com projetos sociais de maneira mais efetiva a partir do ano 2000. Hoje ela atua em mais de 10 comunidades carentes, possui mais de 20 projetos sociais, trabalhando com crianças e jovens marginalizados, enfermos, idosos, mendigos, surdos e etc. A maioria de suas atividades ocorrem na cidade de Fortaleza-CE, porém já há uma expansão para diversas outras cidades do Ceará e inclusive chegando a outros estados, como Minas Gerais,

Pernambuco, João Pessoa, Rio de Janeiro, Distrito Federal e Rio Grande do Norte.

Estrutura do trabalho

Este trabalho está organizado em 8 sessões, tendo início com esta Introdução, na qual contém breve relato do trabalho realizado.

O capítulo 1, sobre Empreendedorismo Social, aborda as origens e conceitos do assunto, as principais características do assunto estudado. O capítulo 2, sobre Organizações do Terceiro Setor, remete às origens e conceitos do assunto, às principais características do assunto estudado, inclusive citando o exemplo da Associação Lumen, que será utilizada como estudo de caso único do referente trabalho. Já o capítulo 3, sobre Procedimentos Metodológicos, compreende os passos da metodologia que foi seguida para realização do estudo. O capítulo 4 Resultados e Discussões, traz os resultados do estudo de caso único e as discussões acerca dos dados coletados. O trabalho segue com a Conclusão, na qual exprime as reflexões e as ponderações realizadas a respeito deste estudo; e as Referências e os Apêndices, que exibem, respectivamente, as obras pesquisadas e o material adicional utilizado neste estudo.

1 EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Este capítulo visa aprofundar os estudos acerca do empreendedorismo social, ramo do empreendedorismo que visa melhorar a sociedade como um todo, não olhando apenas para os lucros e benefícios individuais a serem gerados. Tal capítulo está subdividido em: Origem, no qual mostra a evolução do empreendedorismo social no mundo; Definição, em que apresenta os principais conceitos do tema no âmbito global e nacional, assim como os principais pensadores acerca do assunto; e Características, no qual desenvolve os principais aspectos do tema, suas peculiaridades, suas classificações e o perfil do empreendedor social na visão de alguns pensadores e instituições com grande relevância na área.

1.1 Origem

Antes de falar do contexto histórico do empreendedorismo social, deve-se atentar para a evolução do empreendedorismo como um todo. Segundo Dutra e Previdelli (2003) apesar desse termo ser relativamente novo, suas características e manifestações são bem remotas, vindas, inclusive, da Antiguidade, pois representavam o desenvolvimento econômico dos povos civilizados.

No entendimento de Dornelas (2008) o termo empreendedor começou a ser utilizado na Idade Média, quando foi empregado para descrever tanto um participante quanto um administrador que gerenciava os projetos de produção.

Filion (2000) remete aos anos 1920 o empreendedorismo às pequenas empresas e por volta da década de 1970 deste mesmo século, os pequenos negócios tornou-se a principal maneira de empreender. Mas somente na década de 1990, segundo Dornelas (2008), o movimento empreendedor começou a tomar forma no Brasil, principalmente com a criação de entidades como o Sebrae (Serviço Brasileiro de apoio às micros e pequenas empresas) e a Softex (Sociedade brasileira para exportação de software).

Trazendo agora a ótica do empreendedorismo social, Dees (2009) disserta que ele o empreendedorismo só realmente começou a tomar a sua forma

contemporânea no início de 1980, quando as suas duas principais escolas de ensino - a escola de inovação social e a escola de empresa social - foram inicialmente estabelecidas.

Segundo Parente (2011) a escola de inovação social desenvolveu a sua identidade própria por meio do trabalho de Bill Drayton, fundador da Ashoka, em 1980. A Ashoka começou apoiando "inovadores para o público" ou "empreendedores do público" que trabalhavam internacionalmente.

Para Drayton, os empreendedores sociais são aqueles que reformam ou revolucionam o modelo de produzir valor social nas áreas da educação, da saúde, do ambiente e do acesso ao crédito, encontrando novas e melhores formas de fazer as coisas. Somente no início dos anos 1990, é que empreendedor social se tornou o conceito para descrever os inovadores que agem da mesma forma no cenário do sector social, que os empreendedores de negócio agem no ambiente de negócio ou económico, transformando os modelos de produção. Muitos líderes do atual movimento de empreendedorismo social vêm os empreendedores sociais primeiramente como inovadores

Chaves (2011) afirma que paralelamente, no mesmo ano em que a Ashoka foi fundada, a escola de empresa social começou quando Ed SKlout (agora presidente da Fundação Surdna) criou a empresa de consultoria "New Ventures". Inicialmente, SKlout estava preocupado em ajudar as organizações sem fins-lucrativos a encontrarem novas fontes de receitas para torná-las mais viáveis financeiramente. À medida que o trabalho foi evoluindo, dirigiu a sua ajuda às organizações sem fins-lucrativos através do uso generalizado de ferramentas e ideias de negócio. Desta forma, ao demonstrar que é possível esbater as fronteiras do sector, contribuiu para o debate da questão do que pode e deve ser feito pelas organizações não lucrativas e qual o papel que as organizações lucrativas ou estruturas híbridas podem ter em alcançar impacto social sustentável.

Segundo Parente (2011) o empreendedorismo social é hoje um campo de análise e intervenção emergente em termos políticos e científicos, estando o fenómeno a expandir-se rapidamente e a atrair atenção crescente dos vários sectores da sociedade.

Com relação aos principais autores do empreendedorismo social, podemos destacar alguns, tais como: Francisco Paulo de Melo Neto, César Froes, José Carlos Dornelas, Edson Marques Oliveira, Monica de Rouere, Suzana Machado Pádua, Emanuel Leite, dentre outros. Bill Drayton, fundador da ASHOKA, é um dos grandes pensadores a nível mundial e uma das principais referências desse trabalho.

1.2 Definição

Antes de adentrar no conceito de empreendedorismo social, precisa-se entender bem o que é empreendedorismo e quem é o empreendedor. Fillion (2000) nos fala que empreender é muito mais do que desenvolver um produto, prestar um serviço ou criar uma empresa. Um empreendedor é um criador de caminhos. Estejamos atentos a essas palavras, pois voltaremos a elas mais à frente quando falarmos dos projetos sociais.

Já para Drucker (1987) os empreendedores sempre inovam. A inovação é o instrumento específico do espírito empreendedor. É o ato que contempla os recursos com a nova capacidade de criar riqueza.

Outro conceito que é bastante valioso é o de Dornelas (2008), no qual afirma que o empreendedorismo envolve pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades.

Boava e Macedo (2006) citam Adam Smith definindo o empreendedor como sendo um proprietário capitalista, um fornecedor de capital e um administrador, estando entre o trabalhador e o consumidor.

A partir dessa última citação, podemos fazer um contraponto conceituando o empreendedorismo social. Segundo Oliveira (2004), é uma ação inovadora voltada para o campo social, cujo processo se inicia com a observação de uma determinada solução problema local, para a qual se procura, em seguida, elaborar uma alternativa de enfrentamento.

No entendimento de Dees (1998, *apud* Boava e Macedo) o conceito de empreendedorismo pode ser aplicado tanto na área comercial como na área social. Ele ainda fala que os empreendedores sociais conhecem as necessidades e os valores do seu público-alvo, compreendem as expectativas das pessoas que

ajudam e que investem algum tipo de recurso como tempo, dinheiro ou conhecimento. Exploram todos os tipos de recursos desde a filantropia aos métodos comerciais da economia.

Segundo Ashoka (2001) a definição de empreendedor social é alguém que tem ideias novas, pensa e age criativamente, tem personalidade empreendedora e coloca em tudo que pensa e faz o ideal de produzir impacto social benéfico.

Na visão de Baquit (2008) as definições de empreendedorismo e empreendedor vem evoluindo de diferentes formas, ao longo do tempo. Possivelmente não existe uma definição que possa ser aceita por todos, e na ausência de um consenso, podemos compilar algumas das mais conhecidas, como segue no Quadro 1, a seguir:

Quadro 01 - Definições de empreendedorismo e empreendedor.

Cantillon (1755)	Empreendedores como auto empregados que se ajustam ao risco, quando o retorno é incerto.
Say (1821)	Indivíduo que combina recursos diversos.
Knight (1921)	Indivíduo que toma decisões em condições de incertezas.
Cantillon (1931)	Especulador.
Schumpeter (1934)	Indivíduo que inova, motor da economia capitalista
Schumpeter (1949)	Inclui o Estado no hall dos agentes de inovação.
Drucker (1969)	Alguém que procura maximizar as oportunidades.
Hayeck (1974)	Captador e utilizador de informações, que lhe permite encontrar oportunidades. Chave para o desenvolvimento.
Liles (1974)	Nem toda pessoa que cria uma empresa é empreendedora. O empreendedor inova, identifica e cria oportunidades e combina recursos para extrair máximo benefício das inovações.
Kirzner (1982)	Faz arbitragem de informação imperfeita
Barreto (1989)	Coordena, arbitra, inova e suporta a incerteza
Herbert e Link (1989)	O empreendedor é alguém especializado em assumir responsabilidades e tomar decisões que afetem o lugar, a forma e o uso de bens, recursos ou instituições.
Stewart (1991)	Baseado em perspectivas antropológicas, econômicas e estratégicas, o empreendedorismo pode ser definido como o processo de criação de rendas, através da inovação.

Bygrave e Hofer (1991)	Um empreendedor é alguém que se apercebe de uma oportunidade e cria uma organização para perseguir-la.
Filion (1999)	Empreendedor é a pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.
Wennekers e Thurik (1999)	O empreendedor tem como foco a percepção de novas oportunidades econômicas e a subsequente introdução de novas idéias no mercado.
Dornelas (2002)	O empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive.
Henderson (2002)	Empreendedorismo é descobrir e desenvolver oportunidades de criar valor através da Inovação.
Boava e Macedo (2006)	Empreendedor é uma pessoa que transforma sua potencialidade em realidade, caracterizando-se por ser temporal e impermanente, abarcando as mais variadas esferas da vida social.

Fonte: Gaspar, 2003 *apud* Baquit (2008).

No entendimento de Dornelas (2002) o empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive. Com isso, pode-se ligá-lo a definição de empreendedorismo e empreendedor social.

O termo Empreendedor Social foi cunhado por Bill Drayton – Fundador e Presidente da Ashoka – ao perceber a existência de indivíduos que combinam pragmatismo, compromisso com resultados e visão de futuro para realizar profundas transformações sociais. O Empreendedor Social aponta tendências e traz soluções inovadoras para problemas sociais e ambientais, seja por enxergar um problema que ainda não é reconhecido pela sociedade e/ou por vê-lo por meio de uma perspectiva diferenciada. (ASHOKA, 2013)

Segundo Santos (2012), o Empreendedorismo Social é o processo de procura e implementação de soluções inovadoras e sustentáveis para problemas importantes e negligenciados da sociedade que se traduz em Inovação Social sempre que se criam respostas mais efetivas (relativamente às alternativas em vigor) para o problema em questão. Para melhor compreensão, segue o Quadro 2 com o resumo de definições:

Quadro 02 - Conceitos sobre empreendedorismo social (Visão Internacional).

ORGANIZAÇÃO	ENTENDIMENTO
School Social Entrepreneurship - SSE,	"É alguém que trabalha de uma maneira empresarial, mas para um público ou um benefício social, em lugar de

Uk-Reino Unido	ganhar dinheiro. Empreendedores sociais podem trabalhar em negócios éticos, órgãos governamentais, públicos, voluntários e comunitários [...] Empreendedores sociais nunca dizem 'não pode ser feito'."
Canadian Center Social Entrepreneurship - CCSE, Canadá	"Um empreendedor social vem de qualquer setor, com as características de empresários tradicionais de visão, criatividade e determinação, e empregam e focalizam na inovação social [...] Indivíduos que [...] combinam seu pragmatismo com habilidades profissionais, perspicácias."
Foud Schwab, Suíça	"São agentes de intercambiação da sociedade por meio de: proposta de criação de idéias úteis para resolver problemas sociais, combinando prática se conhecimentos de inovação, criando assim novos procedimentos e serviços; criação de parcerias e formas/meios de auto-sustentabilidade dos projetos; transformação das comunidades graças às associações estratégicas; utilização de enfoques baseados no mercado para resolver os problemas sociais; identificação de novos mercados e oportunidades para financiar uma missão social. [...] características comuns aos empreendedores sociais: apontam idéias inovadoras e vêem oportunidades onde outros não vêem nada; combinam risco e valor com critério e sabedoria; estão acostumados a resolver problemas concretos, são visionários com sentido prático, cuja motivação é a melhoria de vida das pessoas, e trabalham 24 horas do dia para conseguir seu objetivo social."
The Institute Social Entrepreneurs - ISE, EUA	"Empreendedores sociais são executivos do setor sem fins lucrativos que prestam maior atenção às forças do mercado sem perder de vista sua missão (social) e são orientados por um duplo propósito: empreender programas que funcionem e estejam disponíveis às pessoas (o empreendedorismo social é base nas competências de uma organização), tornando-as menos dependentes do governo e da caridade."
Ashoka, Estados Unidos	"Os empreendedores sociais são indivíduos visionários que possuem capacidade empreendedora e criatividade para promover mudanças sociais de longo alcance em seus campos de atividade. São inovadores sociais que deixarão sua marca na história."
Erwing Marion, Kauffman Foundation	"Empreendimentos sem fins lucrativos são o reconhecimento de oportunidade de cumprimento de uma missão para criar e sustentar um valor social, sem se ater exclusivamente aos recursos."

Fonte: Oliveira (2004).

Há ainda um comparativo dos conceitos nacionais, citados por autores brasileiros com relação ao tema abordado, conforme o Quadro 3, a seguir:

Quadro 03 - Conceitos sobre empreendedorismo social (Visão Nacional).

AUTOR	CONCEITO
Leite (2002)	“O empreendedor social é uma das espécies do gênero dos empreendedores. [...] São empreendedores com uma missão social, que é sempre central e explícita.”
Melo Neto e Froes (2001)	“Quando falamos de empreendedorismo social, estamos buscando um novo paradigma. O objetivo não é mais o negócio do negócio [...] trata-se, sim, do negócio do social, que tem na sociedade civil o seu principal foco de atuação e na parceria envolvendo comunidade, governo e setor privado, a sua estratégia.”
Rao (2002)	“Empreendedores sociais, indivíduos que desejam colocar suas experiências organizacionais e empresariais mais para ajudar os outros do que para ganhar dinheiro.”
Rouere e Pádua (2001)	“Constituem a contribuição efetiva de empreendedores sociais inovadores cujo protagonismo na área social produz desenvolvimento sustentável, qualidade de vida e mudança de paradigma de atuação em benefício de comunidades menos privilegiadas.”

Fonte: Oliveira (2004).

No entendimento de Baquit (2008) os empreendedores sociais trazem aos problemas sociais a mesma imaginação que os empreendedores do mundo dos negócios trazem à criação de riqueza. A solução ou ideia desenvolvida deve ser inovadora, realizável, autossustentável, envolver pessoas dentro da comunidade atendida e provocar impacto social.

O empreendedor social, por meio de suas atitudes, acelera o processo de mudanças e inspira outras pessoas a se engajarem em torno de uma causa comum. Ou seja, o empreendedor social traz mais gente para realizar o trabalho junto com ele. (ASHOKA, 2013).

1.3 Características

Dornelas (2008) define algumas características que o empreendedor deve ter, além dos atributos do administrador. De uma ideia, surge uma inovação e posteriormente uma empresa. Segue abaixo algumas desses atributos:

1. **Visão de negócio:** Os empreendedores precisam ser visionários, ter uma visão de como será o futuro para o seu negócio e para a sua vida, além de terem a habilidade de implementar o seu sonho.

2. Tomadas de decisões assertivas: O empreendedor não pode se sentir inseguro, devem saber tomar as decisões corretas nas horas certas, principalmente nos momentos de adversidade. Além das decisões tomadas, conseguem implementar as suas ações rapidamente.
3. Fazem a diferença: Transformam algo de difícil definição, uma ideia abstrata em algo concreto, que funciona, transformando o que é possível em realidade.
4. Determinação e Dinamicidade: Implementam suas ações com um grande comprometimento, ultrapassando as dificuldades e obstáculos. Procuram não apegarem-se as rotinas, mantendo-se sempre dinâmicos.

Trazendo para a questão das características do empreendedor social, podemos usar como fonte o jornal Folha de São Paulo, que anualmente elege os melhores empreendedores sociais por meio do Prêmio Folha Empreendedor Social. No ano de 2013, um dos requisitos avaliados foi exatamente o perfil do empreendedor social. Segue as características analisadas:

1. Profundo comprometimento com seu projeto;
2. Paixão pela causa em que atua;
3. Domínio do contexto socioambiental atual e visão de futuro;
4. Aderência à organização;
5. Capacidade de tensionar, mediar e empoderar;
6. Habilidade em negociar parcerias, inclusive com outros empreendedores socioambientais;
7. Comprometimento com sua sucessão;
8. Busca por aprimoramento pessoal e profissional continuado.

A ASHOKA, organização mundial criada por Bill Drayton em 1980, nos mostra em seu site algumas características típicas do empreendedor social. São elas:

1. Ser uma pessoa visionária, criativa, prática e pragmática;
2. Ultrapassar obstáculos;
3. Criar mudanças sociais significativas e sistêmicas;
4. Possuir uma proposta realmente inovadora;
5. Criar impactos sociais positivos;

6. Demonstrar estratégias concretas para disseminar a ideia nacionalmente e/ ou internacionalmente.

Comparando o perfil trazido por Dornelas sobre o perfil do empreendedor e as características analisadas pela folha de São Paulo e pela ASHOKA do empreendedor social, notamos muitas semelhanças. O empreendedor social leva uma visão mais humanística ao empreendedor comum, que realmente está ligado a empresas, a lucros e a custos. Segue no Quadro 4, o resumo das principais características citadas:

Quadro 4 - Perfil do Empreendedor Social.

ASHOKA	<ul style="list-style-type: none"> - Visionários, criativos, práticos, pragmáticos; - Criam mudanças significativas e sistêmicas; - Possuem estratégias concretas para disseminar a ideia.
Dornelas	<ul style="list-style-type: none"> - Visionários; - Assertivos na tomada de decisão; - Fazem a diferença; - Determinados, dinâmicos e concretos;
Folha de São Paulo (Fundação Schwab)	<ul style="list-style-type: none"> - Comprometidos com sua sucessão; - Apaixonados pela causa; - Comprometidos com o projeto; - Aderência à organização;

Fonte: Elaborado pelo autor, (2013).

É importante salientar que o quadro 04 será usado como base nas análises que serão feitas após a aplicação do questionário, no estudo de caso único do presente trabalho.

Trazendo exemplos concretos sobre o empreendedorismo social, podem ser citados diversos tipos de cases de sucesso no Mundo, no Brasil e no Ceará. No âmbito global, há exemplos como a *Grameen Bank* (GB), banco que fornece crédito para a população mais pobre da área rural de Bangladesh sem comprovação de renda; a *Skoll Foudation*, organização especializada em investimento em empreendedores sociais e o Restaurante *Fifteen* que além de produzir pratos de alto padrão, emprega, inspira e treina jovens sem perspectivas.

No Brasil, exemplos como a Terra Nova que se compromete com a regularização de terrenos ocupados ilegalmente nos centros urbanos; a ONG Ipê, que promove a conservação e desenvolvimento sustentável dos recursos naturais

brasileiros e o Gastromotiva, que é um programa desenvolvido para gerar mais oportunidades para jovens pobres por meio de cursos de culinária.

Olhando para a realidade cearense, pode-se citar o Banco Palmas como um grande case de empreendedorismo social, que é um Banco Comunitário de desenvolvimento (foi o primeiro do Brasil) que visa manter o dinheiro gerado pela comunidade na própria região, fazendo com que a economia local cresça.

Também no âmbito local, será citada a Obra Lumen de Evangelização, comunidade católica criada em Fortaleza e que através de seus diversos projetos sociais é também um grande case de Empreendedorismo Social da cidade. Ela será o objeto de estudo do presente trabalho.

2 AS ORGANIZAÇÕES DO TERCEIRO SETOR

Este capítulo visa aprofundar os estudos acerca das Organizações do Terceiro Setor que atuam no espaço público (primeiro setor), mas não são considerados uma propriedade privada comum, pois visam o benefício da sociedade. Tal capítulo está subdividido em: Origem, no qual mostra a evolução dessas organizações no mundo, assim como sua situação na atualidade; Definição, em que apresenta os principais conceitos do tema, assim como os principais pensadores acerca do assunto; Características e Tipologias, no qual desenvolve os principais aspectos do tema, suas peculiaridades, suas classificações e tipologias; As organizações não governamentais versus as funções gerenciais que mostra como os instrumentos de gestão, em especial o planejamento, a organização, a direção, e o controle, podem ajudar no desenvolvimento dessas instituições; E, por fim, a Associação Lumen, instituição religiosa com um grande teor social e que será utilizada como estudo de caso único do presente trabalho.

2.1 Origem

De acordo com Levitt (1973, apud Alves Junior, 2007) as organizações do terceiro setor surgiram na Inglaterra em 1961, através da Rainha Elizabeth I. No caso, ela criou uma legislação para disciplinar o combate à pobreza, de onde os recursos eram provenientes dos impostos pagos pelos estados.

Segundo Silva (2010), nos alicerces do terceiro setor brasileiro estão os princípios da filantropia e da caridade religiosa. As primeiras organizações da sociedade civil nacional foram as Santas Casas de Misericórdia, que remontam aos meados do século XVI e se encontram atuantes até hoje.

No entendimento de Silva (2010) as mudanças mais significativas na forma de atuação das organizações viriam a acontecer somente no início do século XX, principalmente pela intensificação da atuação Estatal nas questões sociais. Em 1916, através do Código Civil (Lei nº 3.071/1916), as organizações passaram a ter garantida a sua existência jurídica como associações, fundações e sociedades

civis sem fins econômicos (Brasil, 1916). Como descrito no Código, em seu artigo 16, nessa última forma jurídica estavam contidas as sociedades civis religiosas, pias, morais, científicas ou literárias.

Na visão de Carrio (2000) a década de 70 marca uma nova fase do terceiro setor no Brasil. As instituições de caráter filantrópico e assistencial unem-se aos chamados movimentos sociais e, com o apoio da igreja, tornam-se porta-vozes de problemas locais, assim como passam a denunciar as situações de repressão, desigualdade e injustiça social. É nesse período que surgem as ONGs. Com significativa participação na vida política nacional, em particular no processo de democratização política, elas contaram com significativo apoio de organismos internacionais. Ainda assim, muitas delas vieram a desaparecer em consequência de sua resistência à institucionalização, então percebida como perda de autonomia e submissão ao estado.

Por fim, Carrio (2000) remete à promulgação da constituição de 1988, que define o conceito de cidadania e define o arcabouço filosófico para a elaboração de políticas sociais. Em 1990, é promulgado o estatuto da criança e do adolescente; em 1991, a lei de incentivo à cultura; em 1993 a lei orgânica da assistência social; em 1998, a lei que dispõe sobre o trabalho voluntário; e em março de (1999), a lei 9.790/99, que estabelece os termos para a qualificação das Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público, as OSCs.

No entanto, Albuquerque (2006) traz uma complementação com relação à evolução do Terceiro Setor no Brasil. Para um melhor entendimento, segue o Quadro 5, com uma perspectiva cronológica sobre o assunto:

Quadro 5: Evolução do Terceiro Setor

A partir de 1910	Intervenção do Estado na gestão administrativa e no financiamento das organizações assistenciais e filantrópicas, passando a exigir prestações de contas das organizações, submetendo-as a um controle mais rígido sobre a administração
Entre 1920 e 1930	Princípio da fase de industrialização e da crescente urbanização, alterando o panorama brasileiro, ampliando, assim, a massa dos operários gerados pelo crescimento das cidades e dos problemas sociais.

Entre 1930 e 1970	Surgimento dos sindicatos e associações profissionais, que vinculavam o setor privado às práticas de assistência e auxílio mútuo para imigrantes, operários, empregados do comércio, de serviços e funcionários públicos.
Década de 1970	Fundação de inúmeras organizações de defesa dos direitos políticos, civis e humanos. Surgimento do termo ONG, que configuraram um novo modelo de organização e de gerenciamento de recursos.
Década de 1980	Abertura política e econômica de países do leste europeu e crises sociais no continente africano, levando as fundações internacionais e órgãos de cooperação a redirecionar parte de seus recursos para financiar programas de desenvolvimento naquelas regiões. Conseqüentemente, os recursos governamentais tornaram-se mais escassos
Década de 1990	Consolidação do Terceiro Setor no Brasil, constituindo-se como um segmento com características e lógica diferentes, marcando os rumos das organizações sem fins lucrativos no país. Também nessa década, destaca-se o crescente engajamento do setor privado nas questões sociais.

Fonte: Adaptado de Albuquerque (2006).

Somente nos Estados Unidos, segundo Drucker (1994), 80 milhões de pessoas dedicam parte regular de seu tempo, todas as semanas, para trabalhar em alguma instituição do terceiro setor.

Na visão de Heckert e Silva (2006) o crescimento do terceiro setor tem despertado diversos pesquisadores. Se até recentemente aquelas organizações eram estudadas, principalmente, nas Ciências Sociais e Políticas, nos últimos anos, pesquisadores de Administração, Economia e Engenharia de Produção passaram a se aproximar desse universo.

2.2 Definição

O Terceiro Setor, segundo Correia (2005), representa uma instância de mediação entre o Poder Público (Primeiro Setor) e o Mercado (Segundo Setor). Logo, seus agentes são privados, porém, com finalidade pública, estes buscam o atendimento de direitos sociais básicos e o combate à exclusão social.

Na visão de Teodósio (2001, p. 2) o Terceiro Setor é conceituado da seguinte forma:

[...] assemelha-se ao Estado (Primeiro Setor) na medida em que tem como objetivo e alvo de atuação o espaço público, mas diferencia-se do Governo por ser uma iniciativa da própria sociedade. Por outro lado, Terceiro Setor não equivale à iniciativa privada, pois apesar de não ser governamental, tem como objetivo não o benefício de algumas pessoas ou grupos muito reduzidos, mas o benefício de toda a sociedade.

Para Tenório (2000), as organizações do terceiro setor não fazem parte do Estado, mas se revestem de caráter público na medida em que se dedicam a causas e problemas sociais. E que, apesar de não serem sociedades civis privadas, não tem como objetivo o lucro, e sim o atendimento das necessidades da população.

Como pensadores que mais se destacam ao abordar esse assunto, podemos citar o norte-americano Lester Salamon, Helmut Anheier, Andrés Pablo Falconer, Rosa Maria Fischer, Fernando Tenório, Wolfgang Seibel, dentre outros.

2.3 Características e tipologias

Fernandes (1994) coloca de maneira bem simples as demarcações dos 3 setores sociais, de maneira concisa e direta. O Quadro 6 a seguir, ilustra essa questão:

Quadro 6 - Características dos Setores Sociais.

Agentes	Fins	Setor
Públicos	Públicos	Estado
Privado	Privados	Mercado
Privado	Públicos	Terceiro Setor

Fonte: Fernandes (1994, p. 25).

Conforme Quadro 6, pode-se concluir que o terceiro setor está ligado aos agentes privados, mas tem fins públicos, pois geram uma melhoria na sociedade como um todo e não apenas para um grupo específico de pessoas.

Segundo Ferreira (2005), estabeleceram-se cinco critérios para o enquadramento de uma organização como pertencente ao terceiro setor:

1. Formalização - a entidade deve estar estruturada, com reuniões regulares, representantes reconhecidos e trabalhos consolidados como regulares. Estão, assim, excluídas as uniões temporárias de pessoas. Incluem-se as organizações que, embora não estejam inscritas nos órgãos públicos de registro de pessoas jurídicas, possuam um grau significativo de estrutura interna e permanência temporal.
2. Natureza privada - somente são aceitas instituições separadas do Estado. Não há restrições ao recebimento de verbas públicas nem à participação de representantes do governo nos conselhos de gestão, desde que não constituam a maioria dos membros dos colegiados.
3. Não distribuição de lucros - os excedentes financeiros que venham a ser gerados pela instituição precisam ser integralmente aplicados nas suas atividades-fim, não podendo ser repassados a sócios ou membros.
4. Autogestão - as organizações precisam ter estruturas de governança própria, controlando de forma autônoma a gestão de suas atividades.
5. Participação voluntária - esse requisito desdobra-se, na realidade, em duas diferentes exigências: deve haver um corpo de voluntários envolvidos nas atividades institucionais e a afiliação à organização deve ser facultativa e não compulsória. Tais requisitos norteiam os nossos estudos dentro do campo do terceiro setor.

Após esta evolução histórica, as definições, algumas características e critérios para o Terceiro Setor, buscar-se-á agora entender melhor quais são os tipos de organização que se enquadram dentro dessa perspectiva. O Quadro 7 a seguir traz um grande resumo das possibilidades:

Quadro 07 - Tipos de organização que se enquadram nos conceitos de Terceiro Setor.

Associação	Organização voltada para os interesses dos próprios participantes, reunidos em torno de um mesmo ideal e movidos por um mesmo objetivo, compreendendo uma grande variedade de objetivos e atividades recreativas, esportivas, culturais, artísticas, comunitárias e profissionais; mas jamais com intuito lucrativo.
Organização filantrópica, beneficente ou de caridade	Organização voltada para a filantropia (assistencialismo a pobres, desvalidos, desfavorecidos, miseráveis, excluídos e enfermos). Sua estrutura pode compreender abrigo, orfanato, centro para indigentes, entidade voltada para a distribuição de alimentos e vestuário, hospital, creche, serviço social, colégio religioso ou universidade.
Organização Não-Governamental (ONG)	Difere da organização filantrópica por não exercer nenhum tipo de caridade, chegando até a se posicionar contra essa atitude. Luta pelos direitos e pela igualdade de todos. Geralmente, origina-se de iniciativa de pessoas ou grupos que desejam colaborar na solução de problemas da comunidade, como mobilizações, educação, conscientização e organização de serviços ou programas para atendimento de necessidades sociais básicas, daí ser diferente da associação, por estar voltada para “terceiros”, não buscando seus objetivos comuns.
Fundação privada	Entidade sem fins lucrativos, que se forma pela constituição de um patrimônio com o objetivo de servir a fins públicos. A fundação se constitui quando tal patrimônio (geralmente doado) adquire personalidade jurídica, passando a ser utilizado para a consecução de seus objetivos. A finalidade de uma fundação não pode ser genérica, mas sim a mais específica possível. Pode atuar com um fim específico ou com os mais variados fins, como educação, saúde e qualidade de vida.
Sindicato	Conceitualmente, trata-se de uma associação de caráter profissional, que congrega empregados ou empregadores, trabalhadores autônomos e profissionais liberais, que exercem uma mesma atividade ou outra similar, com o intuito de defender, estudar e coordenar seus interesses individuais e profissionais.
Cooperativa	Procura satisfazer não somente a necessidade de consumo de um bem ou serviço, mas também a necessidade social e educativa. Pode ser criada por um pequeno grupo de pessoas, que formarão, com recursos individuais, um capital coletivo que deve garantir suas atividades. Os associados são os seus proprietários.
Igreja	Tem a missão de passar para toda a sociedade valores como solidariedade, amor ao próximo, ética e responsabilidade social. É, enfim, um canal de comunicação entre Deus e os indivíduos, um meio de revelar o Seu amor, dar conforto a todas as pessoas e ajudar os setores menos favorecidos da população.

Fonte: Alves Junior (2008).

Ferreira (2005) coloca que no próprio universo das ONGs podem ser propostas categorias diferenciadoras das entidades que o compõem. Segundo Onorati (1992) há alguns tipos específicos de ONGs, com características diferenciadas, a saber:

1. ONGs institucionais ou "quase ONGs" (Quangos) - foram criadas por grandes instituições, tais como as igrejas, os partidos políticos e as centrais sindicais. Têm como objetivo primordial criar consenso em torno das estratégias gerais das instituições que as criaram, defender essas estratégias e financiar suas ligações com o sul do planeta. Também estão incluídas nessa categoria algumas agências especializadas nas ajudas emergenciais que atuam em uma relação muito íntima com os governos.
2. Grandes ONGs (Bingos) - são aquelas que podem dispor sozinhas de orçamentos de centenas de milhões de dólares e estão em ligação direta e permanente com grupos industriais, bancos, governos e a mídia de massa. Essas organizações possuem, em geral, uma visão assistencialista, buscando consertar parte dos estragos provocados pelo atual modelo de desenvolvimento econômico.
3. ONGs formadas por profissionais que atuam essencialmente em condições de mercado - Caracterizam-se pelo conteúdo quase que exclusivamente técnico de suas intervenções, apresentando-se, muitas vezes, como empresas de prestação de serviços disfarçadas de ONGs. Visam, com isso, usufruir benefícios fiscais, de imagem ou repasses de recursos da Ajuda Oficial ao Desenvolvimento (AOD).
4. ONGs de desenvolvimento - surgiram a partir da crise de credibilidade e de participação dos partidos europeus tradicionais. Oferecem aos cidadãos uma opção de representação formal, delegação da cidadania, de "protagonismo" para os que desejam interferir nas escolhas que regem a vida da sociedade como um todo e reivindicam o direito de traçar estratégias alternativas às propostas pelo poder, dando forma a uma prática de "microcidadania". Representam, assim, uma maneira alternativa de fazer política por parte dos cidadãos. Os membros dessas

organizações pretendem ser protagonistas das escolhas de seus países na área de política internacional.

É possível concluir que o nosso objeto de estudo, a Obra Lumen, não se encaixa perfeitamente em nenhum dos conceitos propostos por Onorati. Confirmando essa conclusão, Ferreira (2005) nos afirma que essas categorias especiais não representam a maioria dos casos no Brasil, pois há uma grande variedade de propósitos que motivam a criação dessas entidades em nosso país. Irá se entender melhor o que é a Obra Lumen no Capítulo desse trabalho dedicado a ela, que se dará início logo mais.

2.4 As organizações não governamentais *versus* as funções gerenciais

Segundo Tenório (2005, p. 08) “as organizações não governamentais no Brasil guardam singularidades entre si”, por isso é necessário adaptar alguns instrumentos relativos às funções gerenciais, tais como planejamento, organização, direção e controle, lembrando, é claro, da importância deles para o bom andamento da instituição.

De acordo com Voltolini (2009), as instituições sociais filantrópicas devem adotar os mecanismos de gestão das empresas privadas para que consigam sobreviver.

Na visão de Tenório (2005) gerenciar é estabelecer objetivos e alocar recursos para atingir finalidades determinadas. Suas funções essenciais são o planejamento, relacionado à previsão das atividades a serem desenvolvidas, a organização, bastante ligada à divisão do trabalho a ser feito, a execução, como o as atividades ocorrem na prática e, por fim, o controle, que está mais voltado ao acompanhamento das ações.

Será abordado cada um dos pontos citados por Tenório (2005) como tópicos importantes para a gestão nas organizações do terceiro setor:

Planejamento

É a função que orienta todas as ações no dia-a-dia das instituições. O tempo gasto nessa função vai permitir que a organização avalie os riscos, aproveite as oportunidades e não desperdice seus recursos.

É nessa etapa que serão discutidos e decididos os objetivos, a finalidade da instituição. É de suma importância, ter uma visão macro nessa fase de planejamento, pois a instituição está inserida na sociedade, num ambiente constituído pela sociedade, pelo Estado e por instituições que influenciam suas decisões.

Organização

Segundo Maximiano (1997) nessa etapa do ciclo estão inseridas as decisões sobre a divisão da autoridade, tarefas e responsabilidades entre os membros. A divisão de recursos também acerca dos recursos utilizados para a execução das tarefas também é decidida nessa fase.

Na etapa da organização também é definida a forma de como a instituição trabalhará. Como o seu próprio nome já sugere, é realmente uma etapa de organização.

Direção

Essa fase está intimamente ligada à tomada de decisões. De acordo com Maximiano (1997) o gestor deve ativar o comportamento das pessoas através de ordens. É importante salientar que esses direcionamentos devem sempre facilitar a tomada de decisão do membro por conta própria.

O gestor deve ainda estimular de maneira positiva os membros para que o trabalho seja feito da maneira mais eficiente e eficaz.

Controle

É a etapa final do ciclo, sempre relacionada ao acompanhamento das atividades. É nela que os gestores devem perceber se os objetivos traçados inicialmente foram colocados em prática e estão sendo alcançados. Nela o gestor pode e deve fazer ações corretivas para que os membros se desenvolvam e não voltem a cometer os mesmos erros.

Foi elaborado Quadro 8 em forma de resumo para facilitar o entendimento dos tópicos relatados acima:

Quadro 8 - Funções Gerenciais.

Planejamento	<ul style="list-style-type: none"> - Prepara a organização para o futuro; - Traça os objetivos; - Define recursos que serão utilizados;
Organização	<ul style="list-style-type: none"> - Estabelecimento de atribuições e responsabilidades; - Distribuição dos recursos; - Definição das formas de trabalhos;
Direção	<ul style="list-style-type: none"> - Relacionada à tomada de decisões; - Orientações e estímulos para que o trabalho seja feito da melhor maneira possível;
Controle	<ul style="list-style-type: none"> - Acompanhamento das atividades; - Verificar se os objetivos estão sendo alcançados; - Tomar medidas corretivas.

Fonte: Elaborado pelo autor (2013).

2.5 Associação Lumen

Esta parte do trabalho visa aprofundar os estudos acerca da Associação Lumen, instituição escolhida para o estudo de caso único. Tal seção está subdividida em: Origem, no qual mostra o começo da instituição, suas primeiras atividades sociais e diversos aspectos da associação hoje, tais como o ramo de atuação no qual atua, seu porte, quantidade de membros e etc; Valores, em que apresenta de maneira sucinta a base moral da organização, seus princípios e etc; Organograma, que traz a tona a estrutura da Associação Lumen e da Ação Social Lumen, que é a parte que cuida dos projetos sociais; Projetos Sociais, que vai discriminar cada um dos projetos, área de atuação, público alvo e etc; e, por fim, Empreendedorismo Social na Associação Lumen, no qual faz a ligação sobre essa parte da administração com a instituição analisada no estudo de caso único.

Os dados apresentados têm como sua principal fonte a própria experiência do autor na instituição, assim como conversas e encontros com as demais lideranças da associação.

2.5.1 Origem

Em uma de suas páginas nas redes sociais, a Associação Lumen fala um pouco da sua história e de sua identidade corporativa: “Desde 1989 a Obra Lumen de Evangelização tem realizado trabalhos de evangelização com jovens, crianças e adultos. Esse serviço dedicado à Igreja tem dedicado muitos frutos de amor, paz e conversão a muitas famílias. Através da evangelização por meio de grupos, eventos e retiros, a Obra Lumen atua com diversos projetos de ação social: Visitas aos hospitais e comunidades carentes; trabalho com crianças e jovens de áreas de risco social; com irmãos que moram nas ruas, idosos e todos que precisam de um abraço amigo”.

Apesar do seu começo em 1989, foi apenas no ano 2000 que começou efetivamente a Ação Social Lumen, partindo da iniciativa de 3 jovens de 17 anos, que passaram a sentir um profundo desejo de cuidar daqueles que mais sofrem. Como todo início, no começo eram ações pontuais, sem uma constância efetiva, mas com o tempo a Ação Social Lumen foi se expandindo e hoje trabalha em mais de 10 comunidades carentes, com mais de 20 projetos em Fortaleza e em outras cidades.

A Associação Lumen é uma instituição do ramo de Serviços, pois é através do serviço que ela presta para a sociedade que seus ideais se realizam concretamente.

É difícil mensurar exatamente o porte da instituição, porém podemos considerá-la de médio porte, pois ela nem é de grande porte, como algumas outras comunidades católicas e instituições que tem alcance mundial, sede em diversos países e projetos espalhados pelo mundo, mas não podemos considerá-la também de pequeno porte, haja vista que há um grande crescimento nos últimos anos, expansão para outras cidades e estados, assim como o aumento de projetos e de membros ativos.

A Obra Lumen hoje conta com cerca de 700 membros ativos, porém há muito mais colaboradores e voluntários que esse número inicial. Ao longo desses 24 anos de existências, dezenas de milhares de pessoas passaram por essa instituição e uma boa parte dessas ainda ajudam de alguma maneira a organização.

Centenas desses membros são voluntários nos Projetos da Ação Social Lumen e buscam sem nenhuma ajuda financeira mudar um pouco a realidade do mundo em que vivemos.

2.5.2 Valores

Não há uma identidade corporativa 100% definida pela instituição com relação a Missão, Visão e Valores. Não há exatamente aonde ela quer chegar daqui a 5, 10 anos, mas em seus documentos internos, podemos perceber alguns aspectos administrativos que podem, de certa forma, definir sua identidade corporativa. Segue abaixo um trecho do seu estatuto interno, quando se fala do objetivo geral da instituição:

“Evangelizar segundo o nosso carisma e em comunhão com a Igreja, a partir de uma formação humano-espiritual que nos impulse a ser discípulos autênticos e missionários inovadores, a fim de que promovamos uma revolução para o amor, especialmente entre os jovens e os mais pobres, sendo, desde o cotidiano da vida, sinais claros da presença de Jesus no mundo em que vivemos.” Não é objetivamente a Missão ou a Visão da organização, porém nos norteia de certa forma com relação a sua identidade corporativa.

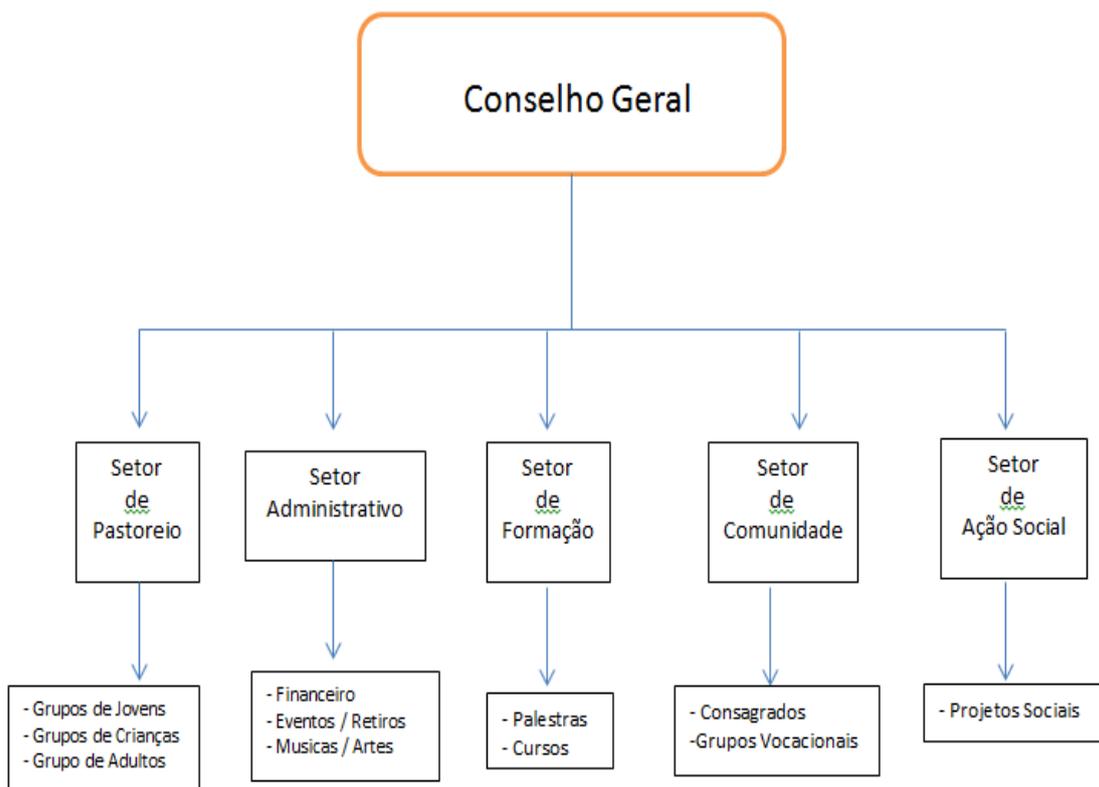
Não há também nitidamente esclarecidos os princípios e os valores da instituição. Por se tratar, porém, de uma instituição com o caráter religioso, cabe afirmar que os princípios e valores da Igreja católica são também os da associação. Pode-se citar alguns deles baseados em seus documentos. Em seu portfolio, por exemplo, há a seguinte frase “Lutamos pela dignidade de todos os filhos de Deus, pois fazendo o outro feliz, seremos cada vez mais felizes”. Com isso, podemos concluir que a dignidade e a felicidade são 2 valores estimados pela organização.

Em seus documentos internos, também é bastante falado sobre a unidade, a fraternidade, o equilíbrio, a justiça, a solidariedade, dentre outros. Podemos, então, elencá-los como princípios e valores da Associação Lumen e da Ação Social Lumen.

2.5.3 Organograma

A Obra Lumen de Evangelização se organiza da seguinte maneira: é dividida em Setores para uma melhor organização das suas atividades, acima dos setores, há ainda o Conselho Geral, autoridade máxima da Instituição. A Figura 1 ilustra o Organograma da Organização:

Figura 1 - Organograma da Associação Lumen.



Fonte: Elaborado pelo autor (2013).

O Conselho Geral, conforme visualizado no organograma, é a entidade máxima da organização. Dele provém todos os direcionamentos gerais da comunidade. O quadro de lideranças e seus novos membros devem todos ter o aval deste Conselho. É também o responsável pelo contato direto com os Bispos das dioceses em que a instituição está inserida, assim como os Párocos das paróquias, nas quais a Obra Lumen realiza seus trabalhos.

O Setor de Pastoreio é o responsável pelos grupos da comunidade. Mais de 95% dos membros ativos da instituição estão inseridos em um desses grupos ou já participaram desses. Os grupos de fortaleza são divididos por sedes, de acordo com a sua localização física: A Sede Mater Dei, engloba os grupos

realizados na principal casa do Lumen, situada na Rua Coronel Jucá, Nº 2040. Esses grupos estão vinculados à paróquia de São Vicente; A Sede Filius Dei se localiza na região da aldeota/centro da cidade. Nela estão inseridos grupos de duas paróquias, Cristo Rei e Paróquia da Paz; Há ainda a sede Sagrada Família, no qual estão inseridos os grupos dos bairros Montese e João XXIII. Estão também ligados a duas paróquias, sendo eles a Paróquia Imaculada Conceição e a Paróquia Nossa Senhora de Nazaré; Por fim, há a sede Sagrado Coração, situada no bairro parquelândia, que comporta os grupos do Lumen inseridos na Paróquia Nossa Senhora de Salette.

O Setor Administrativo é subdividido em outros 3 micro setores, são eles: Música e arte, Financeiro e Evangelização. O Setor de Música e Artes lida diretamente com a parte artística da comunidade. É nesse setor que estão inseridos os ministros de música, as bandas, os espetáculos, as peças, as apresentações e etc; Já o financeiro, é o responsável pela administração da sede, as finanças do Lumen, os registros oficiais, as atas, o balanço financeiro e fiscal e etc; Por fim, o setor de evangelização é o responsável pelo tripé: Eventos, Retiros e Comunicação. Nos eventos estão inseridos os shows, as palestras, as atividades esportivas, encontros e etc; com relação aos retiros, são encontros que acontecem durante o ano para toda a comunidade, nos quais os membros passam de 2 a 3 dias reunidos, normalmente fora de sua cidade; e, por fim, a comunicação. Nela está inserido o site da instituição, seus perfis em redes sociais, tais como facebook, twitter e instagram, os informativos mensais que são enviados aos benfeitores e colaboradores da comunidade, assim como os registros fotográficos e de vídeos produzidos externamente e internamente.

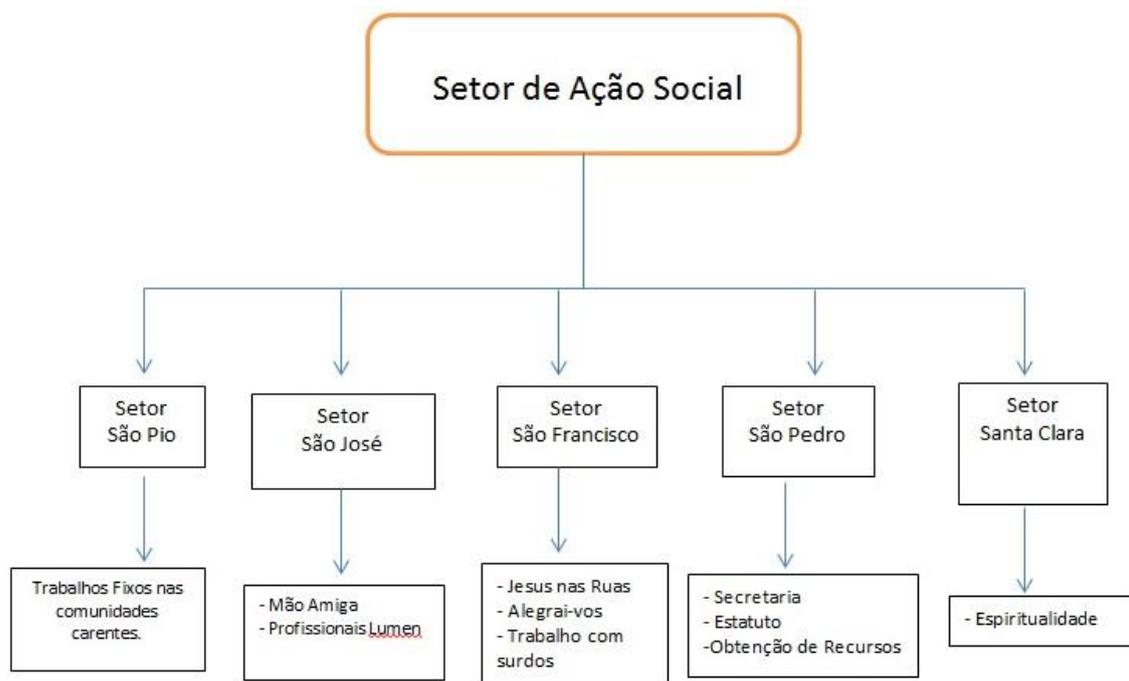
O Setor de formação está intimamente ligado à parte Espiritual da comunidade. Dele provém a formação de palestrantes, o calendário de temas abordados nos grupos, os ministérios de intercessão e liturgia, o contato com Padres, Diáconos e Ministros de Eucaristia, a formação de acólitos, dentre outras atribuições.

O Setor de comunidade é aquele que lida diretamente com a Vocação Lumen. É como se fosse a Missão dada a essa instituição que traz um novo à Igreja e à humanidade. Nesse setor estão os últimos graus dos vocacionados da comunidade, aqueles que se preparam para uma consagração ou para um

compromisso maior com a organização. É subdividido em 3 realidades: O Tempo Vocare, período de maior auto-conhecimento, de firmar os valores e metas da organização; o Tempo Discipulado Vocacional, último estágio antes da consagração, no qual os membros se preparam de maneira intensiva para um passo de maior comprometimento com a instituição; e por fim, os Consagrados da comunidade, aqueles que assumiram um compromisso público com a Obra Lumen e com a Igreja de se dedicarem um pouco mais a elas.

O Setor de Ação Social é o responsável por todos os projetos sociais que envolvem a Obra Lumen. É um dos maiores setores da comunidade que por sua complexidade e sua importância há também uma subdivisão, na qual ilustrar-se-á melhor a seguir na Figura 2, para um melhor entendimento desse setor da instituição.

Figura 02 - Organograma Setor de Ação Social.



Fonte: Elaborado pelo autor (2013).

Como pode-se ver pela Figura 2, o Setor de Ação Social está subdividido em outros 5 setores, onde cada um tem sua função e suas atribuições:

1. Setor São Pio: É o responsável pelos trabalhos fixos que a Obra Lumen oferece nas comunidades carentes. Projetos já citados anteriormente,

como São Bento, Santo Antonio, Trinitas, Santa Luzia, Madre Tereza, Mangabeira VIII e Joao Paulo II estão inseridos nesse setor.

2. Setor São José: É mais voltado para a profissionalização dos projetos e dos beneficiados pelos projetos. Os profissionais que vão ministrar cursos, dar aulas, fazer atendimentos, prestar consultorias e etc estão sob a gestão desse setor, assim como os custos e investimentos para com a capacitação dos beneficiados pelos projetos.
3. Setor São Francisco: Contempla os projetos ligados a dar assistência a públicos em situações específicas, tais como os moradores de rua, através do Jesus nas ruas; os enfermos e idosos, por meio do projeto Alegrai-vos, assistência aos Surdos, através do curso de LIBRAS e de visitas ao Instituto Felippo Smaldonne; dentre outros.
4. Setor São Pedro: Responsável pela parte mais organizacional e burocrática do setor. Os arquivos, estatuto, relatórios estão sob a supervisão desse setor. Também é o responsável pela obtenção de recursos financeiros, assim como o intermédio desses assuntos com o setor Administrativo da Obra Lumen.
5. Setor Santa Clara: Está ligado à formação e a espiritualidade dos projetos, assim como de seus líderes. A formação de novas lideranças, formações gerais sobre diversos temas, reciclagem para os atuais líderes, acompanhamento espiritual da coordenação, dentre outras coisas, são de responsabilidade desse setor.

Ao término deste tópico, podemos observar que há certa complexidade com relação às atividades e atribuições da instituição, assim como de seu organograma.

2.5.4 Projetos Sociais

A Obra Lumen de evangelização, como já foi colocado em tópicos anteriores, tem diversos grupos e projetos de evangelização e social, nos deteremos em aprofundar os nossos estudos nos projetos sociais da Ação Social Lumen, que ilustra melhor a nossa pesquisa de uma maneira geral. Segue abaixo

a lista dos projetos sociais realizados pela associação, com as definições de suas atividades e outras informações adicionais:

Projeto São Bento

Semanalmente, aos Sábados pela manhã e à tarde, acontecem atividades do Projeto São Bento, na Comunidade 31 de Março, em Fortaleza-CE. Uma Equipe de voluntários da Ação Social Lumen organizam diversas atividades de formação e capacitação para aproximadamente 200 crianças e adolescentes de 03 a 17 anos. Através de palestras e capacitações, diversos temas são abordados com o intuito de auxiliar na formação do caráter e personalidade dessas crianças e adolescentes, semeando princípios humanos e cristãos, contribuindo assim para formarmos bons cidadãos.

Além disso; atividades culturais, esportivas, educativas são desenvolvidas periodicamente na Comunidade 31 de Março, através de um Equipe de voluntários da Ação Social Lumen, com o intuito de ocupar e envolver essas crianças e adolescentes em atividade saudáveis e educativas; contribuindo também, para o seu desenvolvimento e formação.

Projeto Santo Antonio

Semanalmente, aos Sábados pela manhã, acontecem atividades do Projeto São Antônio, na Comunidade do Campo do América, em Fortaleza-CE. Uma Equipe de voluntários da Ação Social Lumen organizam diversas atividades de formação e capacitação para aprox. 100 crianças e adolescentes de 03 a 17 anos. Através de palestras e capacitações, diversos temas são abordados com o intuito de auxiliar na formação do caráter e personalidade dessas crianças e adolescentes, semeando princípios humanos e cristãos, contribuindo assim para formarmos bons cidadãos.

Além disso; atividades culturais, esportivas, educativas são desenvolvidas periodicamente na Comunidade do Campo do América, através de uma equipe de voluntários da Ação Social Lumen, com o intuito de ocupar e envolver essas crianças e adolescentes em atividade saudáveis e educativas; contribuindo também, para o seu desenvolvimento e formação.

Projeto Trinitas

Semanalmente, aos Sábados e aos Domingos pela manhã, acontecem atividades do Projeto São Trinitas, nas Comunidade Santa Teresinha , Matadouro e Brasília, em Fortaleza-CE. Uma Equipe de voluntários da Ação Social Lumen organizam diversas atividades de formação e capacitação para aprox. 200 crianças e adolescentes de 03 a 17 anos. Através de palestras e capacitações, diversos temas são abordados com o intuito de auxiliar na formação do caráter e personalidade dessas crianças e adolescentes, semeando princípios humanos e cristãos, contribuindo assim para formarmos bons cidadãos.

Projeto João Paulo II

Mensalmente, aos Sábados pela manhã, acontecem atividades do Projeto João Paulo II, na Comunidade Luxou, em Fortaleza-CE. Uma Equipe de voluntários da Ação Social Lumen organizam diversas atividades de formação e capacitação para aprox. 50 crianças e adolescentes de 03 a 17 anos. Através de palestras e capacitações, diversos temas são abordados com o intuito de auxiliar na formação do caráter e personalidade dessas crianças e adolescentes, semeando princípios humanos e cristãos, contribuindo assim para formarmos bons cidadãos.

Projeto Santa Luzia

Quinzenalmente, aos Sábados pela manhã, acontecem atividades do Projeto Santa Luzia, na Comunidade do Jangurussu, em Fortaleza-CE. Uma Equipe de voluntários da Ação Social Lumen organizam diversas atividades de formação e capacitação para aprox. 80 crianças e adolescentes de 03 a 17 anos. Através de palestras e capacitações, diversos temas são abordados com o intuito de auxiliar na formação do caráter e personalidade dessas crianças e adolescentes, semeando princípios humanos e cristãos, contribuindo assim para formarmos bons cidadãos.

Além disso; atividades culturais, esportivas, educativas são desenvolvidas periodicamente na Comunidade do Jangurussu (através de um Equipe de

voluntários da Ação Social Lumen), com o intuito de ocupar e envolver essas crianças e adolescentes em atividade saudáveis e educativas; contribuindo também, para o seu desenvolvimento e formação.

Projeto Madre Terezá de Calcutá

Semanalmente, aos Sábados à tarde, acontecem atividades do Projeto Madre Teresa de Calcutá, na Comunidade do Oitão Preto, em Fortaleza-CE. Uma Equipe de voluntários da Ação Social Lumen organizam diversas atividades de formação e capacitação para aprox. 20 crianças e adolescentes de 03 a 17 anos. Através de palestras e capacitações, diversos temas são abordados com o intuito de auxiliar na formação do caráter e personalidade dessas crianças e adolescentes, semeando princípios humanos e cristãos, contribuindo assim para formarmos bons cidadãos.

Projeto Jesus nas Ruas e Mão Amiga

Mensalmente, no 4º Domingo do mês, acontecem atividades do projeto Jesus nas Ruas na Praça dos Leões / Igreja do Rosário em Fortaleza-Ce. Através de uma Equipe de voluntários da Ação Social Lumen, foram distribuídas refeições, material de higiene e roupas; contribuindo assim com necessidades básicas da nossa população de rua. Além disso, desenvolvemos um acompanhamento e apoio espiritual, voltado para princípios cristãos e humanos, buscando resgatar valores e incentivar a auto estima dos mesmos.

Além disso, através do Projeto Mão Amiga, conseguimos desenvolver meios alternativos de trabalho e sustento para alguns moradores de rua. Através da revenda de material, alguns deles saíram da situação de rua e tiveram a sua dignidade de volta, reconstruindo as suas vidas. Somente no ano de 2013, o projeto Mão Amiga pôde beneficiar cerca de 20 pessoas.

Projeto Alegrai-vos

Mensalmente, acontecam atividades, aos Sábados, do Projeto Alegrai-vos. Através de uma Equipe de Voluntários da Ação Social Lumen, são realizadas visitas a hospitais públicos e asilos de Fortaleza-Ce. Nessas visitas são

distribuídas doações e bastante alegria. São realizados também diversos Cursos de engajamento e capacitação para novos Clowns, através de diversos métodos e técnicas para um melhor desenvolvimento e êxito nos trabalhos realizados.

É importante salientar que o Projeto Alegrai-vos acontece também na cidade de Brasília-DF. Foi o primeiro projeto da Ação Social Lumen que saiu de fortaleza e chegou a um outro estado e que acontece de maneira periódica.

Projeto Santo Afonso

Diariamente, de 2^a a 6^a, organizamos um Curso preparatório para o Enem, para cerca de 70 jovens carentes do Dendê. O curso é oferecido gratuitamente, assim como todo o material, apostilas, etc. Além das aulas diárias é realizado um acompanhamento humano e espiritual, motivando e trabalhando a autoestima desses jovens.

Projeto em Mangabeira VIII

Mensalmente, aos Sábados pela manhã, aconteceram atividades na Comunidade Mangabeira VIII, em João Pessoa-PB. Uma Equipe de voluntários da Ação Social Lumen organizam diversas atividades de formação e capacitação para aprox. 50 crianças e adolescentes de 03 a 17 anos. Através de palestras e capacitações, diversos temas são abordados com o intuito de auxiliar na formação do caráter e personalidade dessas crianças e adolescentes, semeando princípios humanos e cristãos, contribuindo assim para formarmos bons cidadãos.

LIBRAS (Lingua Brasileira de Sinais)

Organizamos um Curso de Libras, formando assim alguns voluntários que iniciaram um trabalho quizenal no Filippo Smaldone, auxiliando nas atividades com crianças e jovens surdos carentes.

Vale ressaltar que todas as informações acima citadas, foram tiradas do relatório de atividades anual desenvolvidos pela Ação Social Lumen no ano de 2013. O Quadro 9 a seguir ilustra de maneira mais resumida os projetos sociais da instituição, a saber:

Quadro 9 - Projetos Ação Social Lumen.

Projeto	Periodicidade	Bairro/ Comunidade	Cidade	Publico-Alvo
São Bento	Semanal	31 de Março	Fortaleza	Todos
Santo Antonio	Semanal	Campo do América	Fortaleza	Crianças e Adolescentes
Trinitas	Semanal	Montese	Fortaleza	Crianças e Adolescentes
Joao Paulo II	Mensal	Luxou	Fortaleza	Crianças e Adolescentes
Santa Luzia	Quinzenal	Jangurussu	Fortaleza	Crianças e Adolescentes
Madre Tereza	Semanal	Jacarecanga	Fortaleza	Crianças e Adolescentes
Jesus nas ruas	Mensal	Centro	Fortaleza	Todos
Alegriavos	Mensal	Variável	Fortaleza/ Brasília	Enfermos e Idosos
Santo Afonso	Diário	Dendê	Fortaleza	Jovens
Mangabeira VIII	Mensal	Mangabeira VIII	João Pessoa	Crianças e Adolescentes
LIBRAS	Semanal	Dionisio Torres	Fortaleza	Jovens

Fonte: Elaborado pelo autor (2013).

2.5.5 Empreendedorismo Social na Associação Lumen

O assunto a ser investigado na instituição é a questão dos projetos sociais da Ação Social Lumen como uma forma de empreendedorismo social. O quanto esses projetos mexem com a vida das pessoas, o quanto eles conseguem movimentar as comunidades em que eles estão inseridos, se há melhorias nas regiões de atuação da organização, de quais maneiras a instituição ainda pode trabalhar nessas comunidades e como ela pode expandir ainda mais, chegar a outros lugares e etc.

Cada um dos projetos que a associação Lumen realiza tem sua história e suas particularidades, inclusive no momento de sua concepção. Os projetos mais antigos, como o Projeto São Bento, o Jesus nas ruas e o Santo Antônio, por exemplo, começaram porque alguns membros da instituição sentiram o desejo de ajudar as crianças, jovens e adultos da região onde o projeto atua.

Os projetos mais recentes, porém, normalmente começam a partir do convite de um pároco ou de alguma outra instituição que solicita ajuda para

determinada realidade. O Projeto Santa Luzia, o Curso de Libras/FelippoSmaldone e o Madre Tereza de Calcutá, por exemplo, foram trabalhos que começaram após essas solicitações e que os membros da instituição resolveram desenvolvê-los.

Normalmente os projetos da Ação Social Lumen começam com uma periodicidade menor, mensal ou quinzenal, para um período de organização, planejamento e adaptação, e com o passar do tempo vai se tornando mais frequente.

Ainda sobre esse aspecto, vale ressaltar que a Associação Lumen inaugurou recentemente uma nova sede, situada no centro da cidade, na qual trabalha diariamente com jovens das comunidades carentes que participam dos projetos ministrando cursos profissionalizantes. Com os moradores de rua da região central da cidade, o trabalho ainda é semanal, porém a ideia é que em breve passe a ser também diário.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia da pesquisa é a lógica dos procedimentos científicos em seu desenvolvimento e na sua gênese. Ela procura ajudar a explicar não somente os produtos da investigação científica, mas principalmente seu próprio processo, pois suas exigências não são de submissão estrita a procedimentos rígidos, mas antes da fecundidade na produção dos resultados (Bruyne, 1991).

Nesse entendimento, Minayo (1993), afirma que a pesquisa é:

“uma atividade básica das ciências na sua indagação e descoberta da realidade. É uma atitude e uma prática teórica de constante busca que define um processo intrinsecamente inacabado e permanente. É uma atividade de aproximação sucessiva da realidade que nunca se esgota, fazendo uma combinação particular entre teoria e dados”.

De acordo com Adleret *al.*(1989), a escolha de uma metodologia impacta sobre o que é estudado, bem como nos resultados e nas possíveis conclusões. No âmbito de nossa pesquisa, nossa abordagem é qualitativa.

Na literatura podemos encontrar diversas definições ou conceitos sobre os “métodos qualitativos” ou “dados qualitativos”. Para Evrard *et al.* (2003), a compreensão dos dados qualitativos correspondem às variáveis medidas em escalas nominais e ordinais (não-métrico). Segundo Yin (2003), os dados não-numéricos fornecem evidências de natureza qualitativa.

Por tal razão, para realização deste estudo, foi utilizada a abordagem quantitativa de pesquisa de natureza explicativa, por se considerar ser a mais adequada para realização deste estudo.

Na lição de Richardson (2008, p. 70),

[...] o método quantitativo, como o próprio nome indica, caracteriza-se pelo emprego da quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas, desde as mais simples como percentual, média, desvio-padrão, às mais complexas, como coeficiente de correlação, análise de regressão etc.

Silva e Menezes (2000) nos fala que

a pesquisa qualitativa considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode

ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e atribuição de significados são básicos no processo qualitativo. Não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. O processo e seu significado são os focos principais de abordagem.

Para Marshall e Rossman (1989), a abordagem qualitativa fornece uma melhor garantida validade interna dos resultados. A abordagem qualitativa melhora a capacidade do pesquisador para descrever um sistema social complexo e mais possibilidades de avaliação do fenômeno estudado.

Muito por conta da complexidade do sistema social a ser abordado e por todos os outros motivos já explanados acima, o objeto de estudo do presente trabalho terá uma abordagem qualitativa.

3.1 Tipologia da pesquisa

O método de pesquisa pode ser considerado um conjunto de técnicas e de procedimentos a serem utilizados para coletar e analisar os dados. Este método fornece os meios para se alcançar o objetivo proposto, ou seja, as “ferramentas” das quais fazemos uso na pesquisa, a fim de responder a questão da pesquisa (STRAUSS; CORBIN, 1998).

De acordo com Vergara (1998), a pesquisa tem dois critérios bases: quanto aos fins e quanto aos meios. Quanto aos fins uma pesquisa pode ser: exploratória, descritiva, explicativa, metodológica, aplicada e intervencionista. Quanto aos meios de investigação, ela pode ser uma: pesquisa de campo, pesquisa de laboratório, telematizada, documental, bibliográfica, experimental, pesquisa-ação, estudo de caso.

Segundo Vergara (1998), a investigação exploratória é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado. Por sua natureza de sondagem, não comporta hipóteses que, todavia, poderão surgir durante ou ao final da pesquisa.

Já a pesquisa descritiva expõe características de determinadas população ou de determinado fenômeno. Embora não tenha o compromisso de explicar o que descreve, levanta informações sobre situações específicas e relacionadas de

forma a proporcionar a visualização de uma totalidade (GIL, 1991). Segundo Silva e Menezes (2000), a pesquisa descritiva busca descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Normalmente, ela envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática. Assume, em geral, o formato de levantamento. Segundo Vergara (2000), a pesquisa descritiva expõe as características de determinada população ou fenômeno, estabelece correlações entre variáveis e define sua natureza. A autora coloca também que a pesquisa não tem o compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação.

Segundo Doxey e De Riz (2003), o objetivo geral da pesquisa esclarece o que se pretende alcançar com a investigação. Explicita, também, o caráter da pesquisa: se ela é exploratória, descritiva ou explicativa.

No caso do trabalho em questão, podemos concluir que o tipo de pesquisa utilizada com relação aos fins, é um tipo de pesquisa exploratória, haja vista que é um campo relativamente novo e que ainda requer muitos estudos na área, e descritiva, pois visa descrever as características de uma determinada população, envolvendo o uso de técnicas padronizadas como questionário e observação sistemática.

Com base no nosso estudo, com relação aos meios de investigação da pesquisa, utilizaremos os meios de uma investigação documental, uma pesquisa bibliográfica e um estudo de caso único.

De acordo com Vergara (1998),

“a investigação documental é a realizada em documentos conservados no interior de órgãos públicos e privados de qualquer natureza, ou com pessoas: registros, anais, regulamentos, circulares, ofícios, memorandos, balancetes, filmes, fotografias.”

Para complementar esta definição, Fonseca (2002) diz que a pesquisa documental traz as fontes mais diversificadas e dispersas, sem tratamento analítico, tais como: tabelas estatísticas, jornais, revistas, relatórios, cartas, vídeos, e etc.

A pesquisa documental, de acordo com Godoy (1995), procura analisar as matérias de natureza diferentes, mas que não receberam um tratamento analítico

ou que poderão ser reexaminados através de interpretações complementares. Esse tipo de pesquisa é importante para o levantamento de definições, conceitos, dados que irão fornecer um embasamento da parte teórica.

Para Vergara (1998), a pesquisa bibliográfica é o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral. O material publicado pode ser fonte primária ou secundária”.

Segundo Fonseca (2002), a pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, com livros, artigos científicos. Qualquer trabalho científico começa com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o referido assunto.

No entendimento de Yin (2003), o estudo de caso é a estratégia escolhida ao se analisarem acontecimentos contemporâneos, mas quando não se pode manipular comportamentos relevantes. O estudo de caso conta com duas fontes principais de evidências: a observação direta e as séries sistemáticas de entrevistas. Ainda para o autor, estudo de caso é uma investigação empírica, um método que abrange tudo, tais como: planejamento, técnicas de coleta de dados e análise dos mesmos.

Para Godoy (1995), o estudo de caso é um tipo de pesquisa cujo objeto é uma unidade de análise profunda. De acordo com Vergara (1998), o estudo de caso é o circunscrito a uma ou poucas unidades, entendidas essas como uma pessoa, uma família, um produto, uma empresa, um órgão público, uma comunidade ou mesmo um país. Tem caráter de profundidade e detalhamento, podendo ou não ser realizado no campo.

De acordo com Fonseca (2002), um estudo de caso pode ser considerado como um estudo de uma entidade bem definida como um programa, uma instituição, uma pessoa ou uma unidade social. O pesquisador não pretende intervir sobre o objeto a ser estudado, mais revelá-lo tal como ele o percebe. Para o autor (2002),

O estudo de caso pode decorrer de acordo com uma perspectiva interpretativa, que procura compreender como é o mundo do ponto de vista dos participantes, ou uma perspectiva pragmática, que visa simplesmente apresentar uma perspectiva global, tanto

quanto possível completa e coerente, do objeto de estudo do ponto de vista do investigador”.

3.2 Universo de estudo e Amostra

O Universo de estudo do presente trabalho trata-se das organizações do terceiro setor.

A população desse universo em que trabalharemos de maneira mais específica são as associações que tem um viés religioso e que trabalham com isso nos seus empreendimentos sociais.

Por fim, com relação à amostra da pesquisa, utilizaremos a Associação Lumen, que através da Ação Social Lumen e seus projetos, realiza empreendimentos sociais em diversos locais, no qual 73 membros ativos dos projetos da Ação Social Lumen responderam o questionário de pesquisa.

3.3 Coleta dos dados

A coleta de dados constituiu-se uma etapa importante do estudo, pois contribuiu para a definição do estudo da pesquisa. Toda análise realizada posteriormente foi fundamentada nos dados coletados. A coleta de dados do estudo foi realizada por meio de revisão bibliográfica, documental, entrevistas e questionário. A revisão bibliográfica envolveu livros, teses, dissertações, periódicos, revistas e jornais, teve como objetivo levantar dados para embasar tópicos referentes ao problema e aos objetivos a serem estudados.

Os dados da pesquisa têm como base uma pesquisa documental e um estudo de caso na Instituição Obra Lumen de Evangelização.

Os dados coletados na pesquisa documental serviram para montar a estrutura do guia de entrevista semiestruturado em tópicos, que seguiram a ordem da estrutura teórica desse trabalho.

Foi elaborado um questionário estruturado com questões de múltipla-escolha, em uma escala que varia de 4 (sempre), 3 (frequentemente), 2 (raramente), 1 (nunca). Tal instrumento foi necessário para captar-se a percepção com relação ao tema Empreendedorismo Social em instituições sem fins lucrativos.

3.3.1 O questionário de pesquisa

Para a elaboração desse questionário, utilizou-se o referencial teórico do trabalho, assim como a pesquisa documental feito dentro da instituição, entrevistas realizadas com algumas lideranças da organização e, por fim, o validamos após a sua aplicação num grupo focal de 8 pessoas, todos líderes da Ação Social Lumen e todos intimamente ligados aos projetos sociais realizados pela instituição.

Vale destacar a importância do grupo focal nesse processo. Segundo Oliveira e Freitas (1998) ele possui um grande destaque na pesquisa qualitativa porque propicia riqueza e certa flexibilidade na coleta dos dados. Após a validação com o grupo focal, foram feitos pequenos ajustes semânticos e, então, partiu-se para a coleta dos dados.

3.3.2 Análise e tratamento dos dados

Para a análise e tratamento dos dados, foi utilizada a estatística descritiva (média e moda), onde os dados serão estratificados de acordo com os resultados obtidos. Para auxiliar na análise e tratamento dos dados será utilizado escala gradativa de opiniões com quatro possibilidades de respostas.

Em seguida os resultados foram tabulados em tabelas e gráficos, que e foram agrupados em categorias, a fim de verificar os objetivos almejados nesse estudo.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Este capítulo versará acerca dos resultados e das discussões acerca dos dados coletados através dos instrumentos de pesquisa. Cada um dos seus tópicos será relacionado a uma indagação do questionário aplicado. Primeiramente, relacionada às características sociodemográficas dos respondentes; Posteriormente, cada uma das 20 perguntas do questionário será apresentada e analisada; Por fim, considerações acerca das análises e sobre os dados ocupacionais dos respondentes serão abordados.

4.1 Características sociodemográficas dos respondentes

No Quadro 10, observam-se as características sociodemográficas dos respondentes, a saber:

Quadro 10 – Características sociodemográficas dos respondentes.

Característica		Frequência absoluta	Proporção (%)
Sexo	Masculino	39	53%
	Feminino	34	47%
Idade	Até 18 anos	32	44%
	19 – 24 anos	33	45%
	25 a 30 anos	8	11%
	A partir de 31 anos	0	0%
Escolaridade	Ensino Médio Incompleto	12	16%
	Ensino Médio Completo	20	27%
	Ensino Superior Incompleto	31	42%
	Ensino Superior Completo	7	10%
	Pós Graduação	3	4%

Fonte: Pesquisa direta, 2013.

A partir do quadro 10, observa-se que a maioria dos respondentes é do sexo masculino (53%), têm idade entre 19 e 24 anos (45%) e estão cursando o ensino superior (42%).

Baseado nessas características, o colaborador-padrão dos projetos sociais da Associação Lumen é jovem, entre 19 e 24 anos e está cursando o ensino superior em alguma instituição de educação.

4.2 Percepção dos membros da associação acerca do empreendedorismo social na instituição

Para uma melhor visualização com relação aos dados coletados, foi desenvolvido o Quadro 11, quadro resumo com todas as respostas dos membros, percentuais e médias.

Quadro 11 – Resumo das respostas do questionário.

PERGUNTA	RESPOSTA (%)			
	4	3	2	1
1. Você se considera inovador, ou seja, gosta de fazer coisas que as pessoas ainda não tenham feito?	19	57	23	0
2. Você procura colocar suas ideias em prática para que elas gerem frutos a você?	19	57	22	1
3. Você procura ter visão do todo, a longo prazo?	32	54	14	0
4. Você já teve alguma ideia que ajudou alguém a melhorar de vida?	4	50	38	8
5. Você ajuda em projetos sociais?	49	45	5	1
6. Você se considera apaixonado pelas causas que atua?	68	28	3	1
7. Você trabalharia sem receber dinheiro para que a sociedade como um todo melhore?	51	34	15	0
8. Há em você um profundo comprometimento com os projetos em que está envolvido?	55	42	3	0
9. Você se considera seguro em suas decisões?	8	64	27	1
10. Você costuma perceber quando uma oportunidade é boa?	18	67	15	0
11. Você se considera dinâmico?	21	59	19	1
12. Quando você se depara com algo abstrato, consegue torná-lo concreto?	4	62	33	1
13. Você se preocupa com sua sucessão? (para caso você precise se ausentar, alguém dar continuidade ao seu trabalho com maestria).	36	32	22	10
14. Você inspira outras pessoas a se engajarem em causas que você luta?	29	53	18	0
15. Você se considera como alguém que faz a diferença no mundo?	26	60	14	0

PERGUNTA	RESPOSTA (%)			
	4	3	2	1
16. Você adere às normas das instituições nas quais participa?	58	38	4	0
17. Você procura elaborar os projetos sociais de forma planejada?	30	52	18	0
18. As ações previstas por você, no desenvolvimento dos projetos sociais, são executadas conforme planejadas?	3	78	19	0
19. Você acompanha as ações implementadas nos projetos sociais, para verificar se estão sendo executadas conforme planejada?	15	55	29	1
20. Você realiza ações corretivas, casos as que foram planejadas para os projetos sociais não saíram conforme planejadas?	28	47	21	4
MEDIA GERAL	28,65	51,80	18,1	1,45

Legenda: Sempre (4); Frequentemente (3); Raramente (2); Nunca (1).

Fonte: Pesquisa direta, 2013.

Nota-se a partir do Quadro 11, que a maior média geral, ocorreu com a resposta de escala 3, Frequentemente, tendo 51,80% do total. E que a segunda maior média geral se deu na escala 4, Sempre, com 28,65% do valor integral. Com isso, pode-se considerar que os índices positivos, 3 e 4, foram os mais utilizados pelos respondentes, o que mostra um dado relevante para a pesquisa em questão.

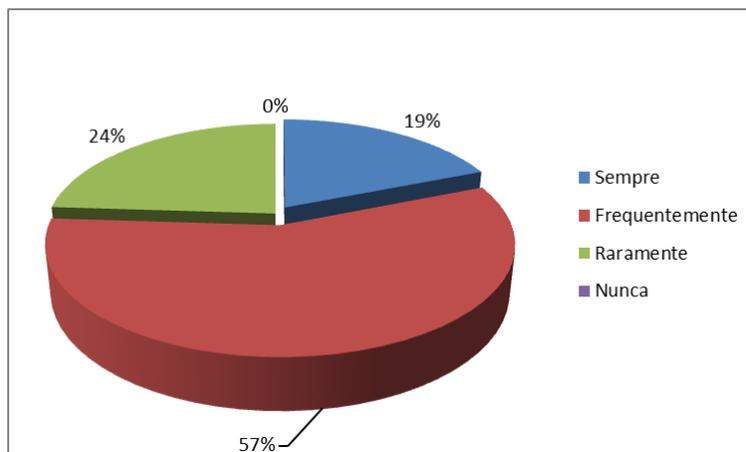
É importante salientar ainda, a baixa porcentagem da escala 1, Nunca, com apenas 1,45% das respostas dos membros. Isso sugere um alto nível de empreendedorismo social na associação analisada.

A seguir verificam-se os resultados da pesquisa em cada uma das perguntas.

4.3 Você se considera inovador, ou seja, gosta de fazer as coisas que as pessoas ainda não tenham feito?

A pergunta inicial do questionário é relacionada à inovação, se o respondente se considera inovador. Essa indagação surgiu a partir do perfil do empreendedor social sugerido pela Ashoka, que diz que eles precisam ser criativos. O Gráfico 1 mostra o resultado dessa primeira pergunta:

Gráfico 1 – Você se considera inovador?



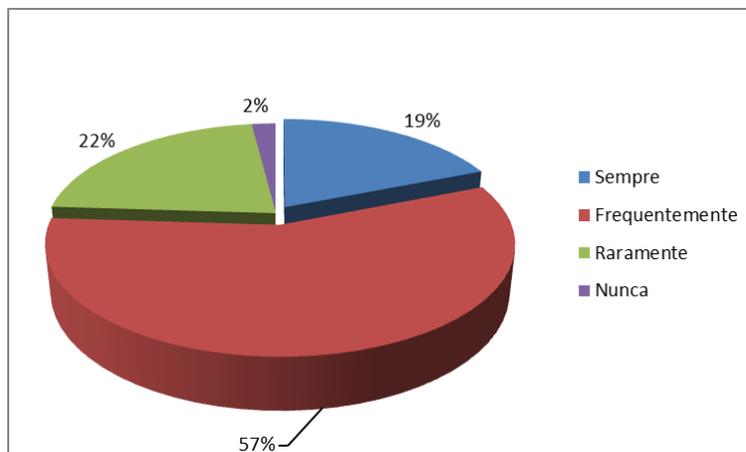
Fonte: Pesquisa direta, 2013.

Nota-se pelo Gráfico 01 as resposta da pergunta “Você se considera inovador?”: 57% assinalaram Frequentemente, 24% Raramente, 19% Sempre e 0% Nunca. Ou seja, analisando o quesito inovação, percebe-se que os respondentes atingem esse perfil proposto pela Ashoka.

4.4 Você procura colocar suas ideias em prática para que elas gerem frutos a você?

A Pergunta seguinte faz menção a colocar as ideias pessoais em prática. Ela se refere ao perfil do empreendedor traçado por Donelas. O Gráfico 2 apresenta os resultados da segunda indagação:

Gráfico 2 – Você procura colocar suas ideias em prática para que elas gerem frutos a você?



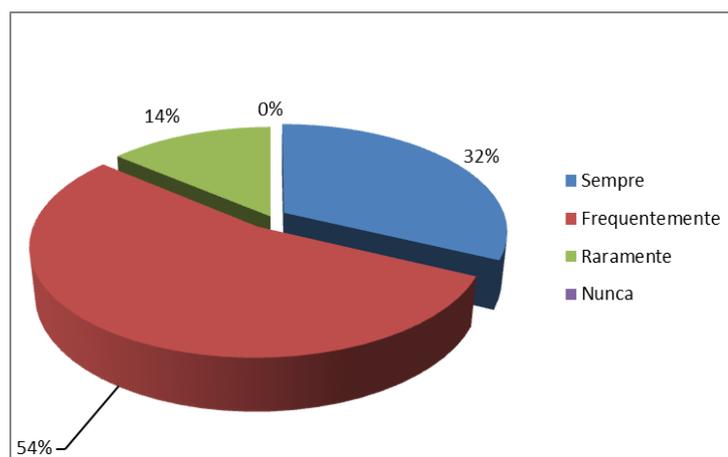
Fonte: Pesquisa direta, 2013.

Observam-se pelo gráfico 02 as resposta da pergunta “Você procura colocar suas ideias em prática para que elas gerem frutos a você?”: 57% assinalaram Frequentemente, 22% Raramente, 19% Sempre e 2% Nunca. Ou seja, analisando , percebemos que os respondentes atingem esse perfil proposto por Dornelas.

4.5 Você procura ter visão do todo, a longo prazo?

A indagação seguinte aborda a percepção a longo prazo do respondente, a visão macro do negócio. Ela se refere ao perfil do empreendedor traçado tanto por Donelas como pela Ashoka. O Gráfico 3 apresenta os resultados da terceira pergunta:

Gráfico 3 – Você procura ter visão do todo, a longo prazo?



Fonte: Pesquisa direta, 2013.

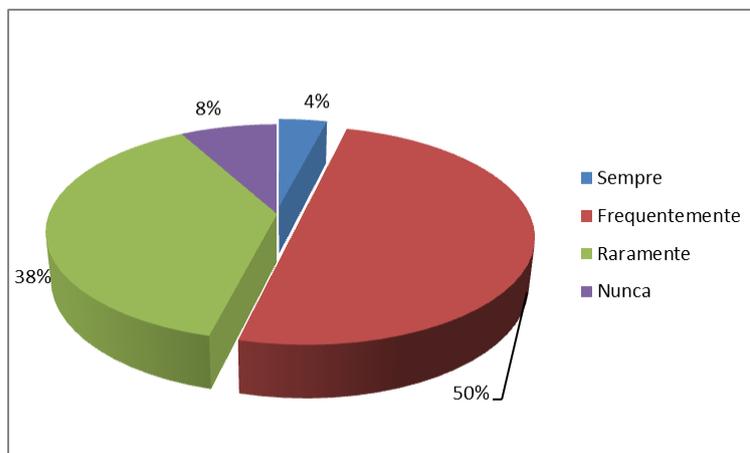
Nota-se pelo gráfico 3 as resposta da pergunta “Você procura ter a visão do todo, a longo prazo?”: 54% assinalaram Frequentemente, 32% Sempre, 14% Raramente e 0% Nunca. Ou seja, analisando o Gráfico 03, percebe-se que os respondentes atingem esse perfil proposto por Dornelas e pela Ashoka.

4.6 Você já teve alguma ideia que ajudou alguém a melhorar de vida

A pergunta 04 do questionário é “Você já teve alguma ideia que ajudou alguém a melhorar de vida?”. Essa indagação surgiu a partir do perfil do

empreendedor social sugerido pela Ashoka, que fala sobre realizar mudanças significativas na sociedade. O Gráfico 4 mostra o resultado dessa indagação:

Gráfico 4 – Você já teve alguma ideia que ajudou alguém a melhorar de vida?



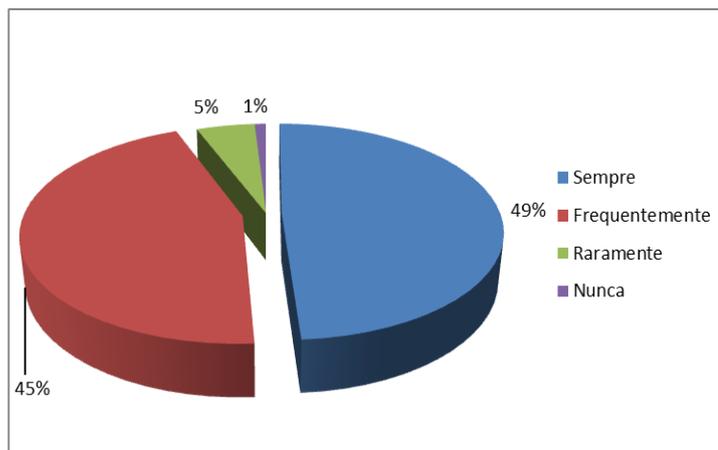
Fonte: Pesquisa direta, 2013.

Observa-se pelo gráfico 04 as resposta da pergunta já mencionada: 50% assinalaram Frequentemente, 38% Raramente, 8% Sempre e 4% Nunca. Ou seja, analisando o Gráfico 04, percebe-se que os respondentes atingem, mesmo que de forma sutil, esse perfil proposto pela Ashoka.

4.7 Você ajuda em projetos sociais?

A pergunta 05 do questionário aborda a participação em projetos sociais. Essa indagação surgiu a partir do forte teor social da instituição analisada, a Associação Lumen. O Gráfico 5 mostra o resultado desse questionamento:

Gráfico 5 – Você ajuda em projetos sociais?



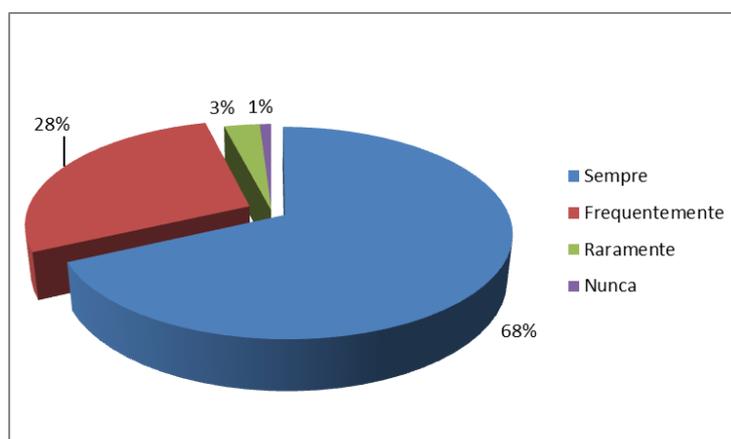
Fonte: Pesquisa direta, 2013.

Nota-se pelo gráfico 5 as resposta da pergunta já mencionada: 49% assinalaram Sempre, 45% Frequentemente, 5% Raramente e 1% Nunca. Ou seja, analisando o Gráfico 5, percebe-se que os membros realmente aderem o viés social da instituição analisada.

4.8 Você se considera apaixonado pelas causas que atua?

A pergunta 6 do questionário aborda a questão do gosto pelas causas que o membro atua. Essa indagação surgiu a partir do perfil do empreendedor social destacado pelo jornal Folha de São Paulo. O Gráfico 6 mostra o resultado desse questionamento:

Gráfico 6 – Você se considera apaixonado pelas causas que atua?



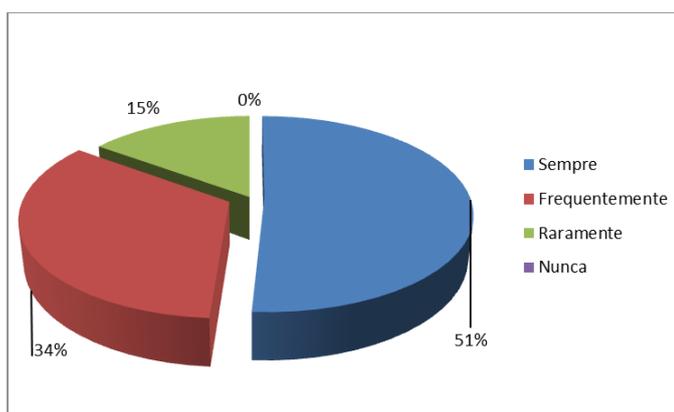
Fonte: Pesquisa direta, 2013.

Nota-se pelo gráfico 6 as resposta da pergunta já mencionada: 68% assinalaram Sempre, 28% Frequentemente, 3% Raramente e 1% Nunca. Ou seja, analisando o Gráfico 6 , percebe-se que os membros claramente são apaixonados pelas causas que atuam.

4.9 Você trabalharia sem receber dinheiro para que a sociedade como um todo melhore?

A pergunta 7 do questionário aborda a questão do voluntariado. Essa indagação surgiu a partir da intensa participação que esse aspecto tem na instituição analisada, a Associação Lumen. O Gráfico 7 mostra o resultado desse questionamento:

Gráfico 7 – Você trabalharia sem receber dinheiro para que a sociedade como um todo melhore?



Fonte: Pesquisa direta, 2013.

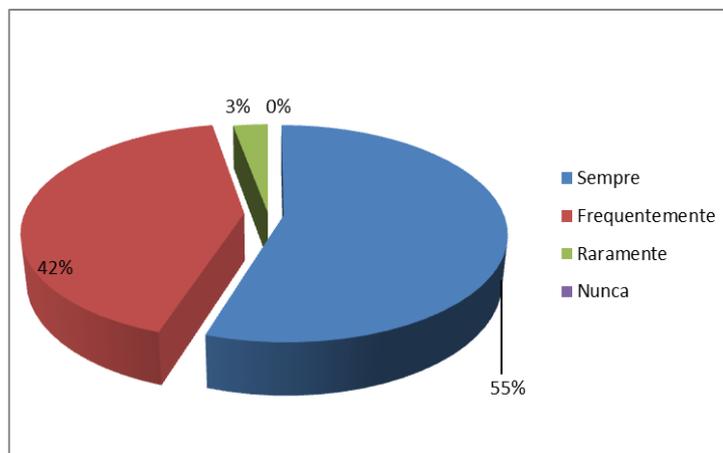
Nota-se pelo gráfico 7 as resposta da pergunta já mencionada: 51% assinalaram Sempre, 34% Frequentemente, 15% Raramente e 0% Nunca. Ou seja, analisando o Gráfico 7 , percebe-se que os membros podem trabalhar de maneira voluntária.

4.10 Há em você um profundo comprometimento com os projetos em que está envolvido?

A pergunta 8 do questionário aborda a questão do comprometimento pelas causas que o membro atua. Essa indagação surgiu a partir do perfil do

empreendedor social destacado pelo jornal Folha de São Paulo. O Gráfico 8 mostra o resultado desse questionamento:

Gráfico 8 – Há em você um profundo comprometimento com os projetos em que está envolvido?



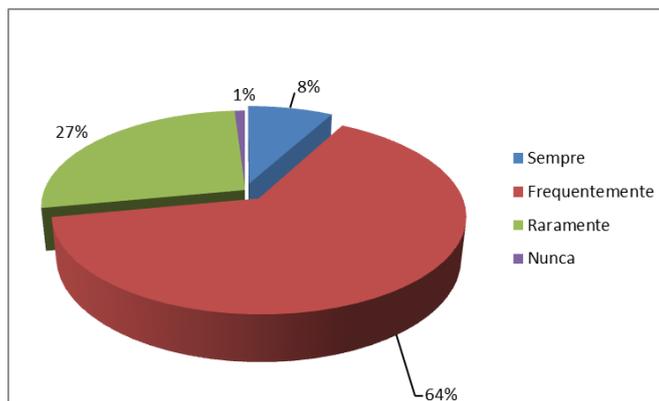
Fonte: Pesquisa direta, 2013.

Observa-se pelo Gráfico 8 as resposta da pergunta já mencionada: 55% assinalaram Sempre, 42% Frequentemente, 3% Raramente e 0% Nunca. Ou seja, analisando o Gráfico 8, percebe-se que os membros literalmente comprometidos com as causas que atuam.

4.11 Você se considera seguro em suas decisões?

A pergunta 9 do questionário aborda a indecisão, a firmeza ao tomar decisões. Essa indagação surgiu a partir do perfil do empreendedor sugerido por Dornelas, que nos fala que o empreendedor não pode ser inseguro, para que toma as decisões certas na hora certa. O Gráfico 9 mostra o resultado desse questionamento:

Gráfico 9 – Você se considera seguro em suas decisões?



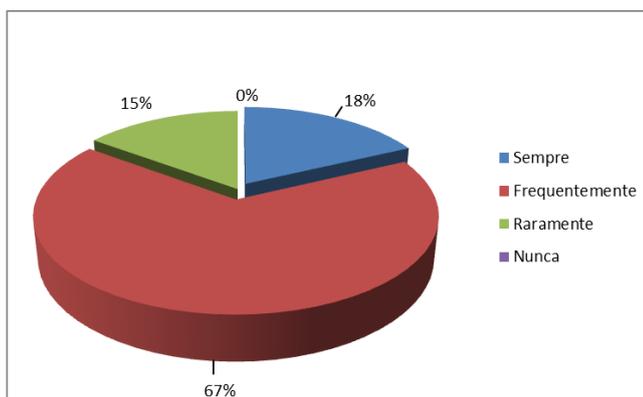
Fonte: Pesquisa direta, 2013.

Nota-se pelo gráfico 9 as resposta da pergunta já mencionada: 64% assinalaram Frequentemente, 27% Raramente, 8% Sempre e 1% Nunca. Ou seja, analisando o Gráfico 9 , pode-se considerar, de maneira geral, que os membros são seguros em suas decisões.

4.12 Você costuma perceber quando uma oportunidade é boa?

A pergunta 10 do questionário aborda a percepção de oportunidades. Essa indagação surgiu porque Baquit (2008) cita Bygrave e Hofer (1991) que falam que o empreendedor é aquele que se apercebe de uma oportunidade e cria algo para persegui-la. O Gráfico 10 mostra o resultado desse questionamento:

Gráfico 10 – Você costuma perceber quando uma oportunidade é boa?



Fonte: Pesquisa direta, 2013.

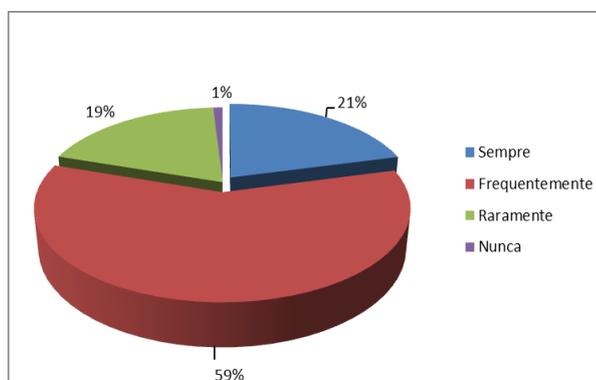
Nota-se pelo Gráfico 10 as resposta da pergunta já mencionada: 67% assinalaram Frequentemente, 18% Sempre, 15% Raramente e 1% Nunca. Ou

seja, analisando o Gráfico 10 , pode-se considerar, de maneira geral, que os membros percebem quando uma oportunidade é boa.

4.13 Você se considera dinâmico?

A pergunta 11 do questionário aborda a questão da dinamicidade. Tal indagação surgiu a partir do perfil do empreendedor proposto por Dornelas, que fala que eles devem ser dinâmicos, não caindo em rotinas. O Gráfico 11 mostra o resultado desse questionamento:

Gráfico 11 – Você se considera dinâmico?



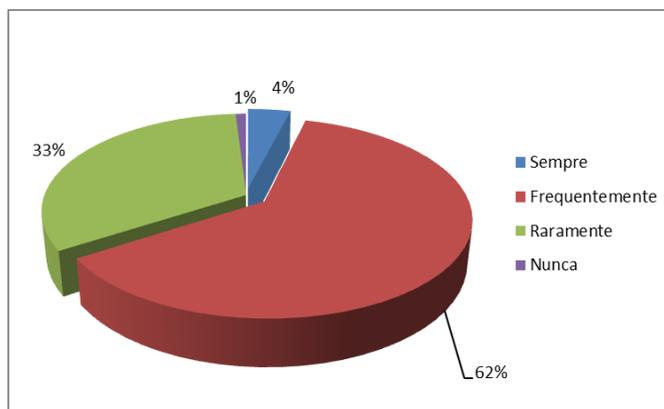
Fonte: Pesquisa direta, 2013.

Observa-se pelo gráfico 11 as resposta da pergunta já mencionada: 59% assinalaram Frequentemente, 21% Sempre, 19% Raramente e 1% Nunca. Ou seja, analisando o Gráfico 11, pode-se considerar, de maneira geral, que os membros são dinâmicos.

4.14 Quando você se depara com algo abstrato, consegue torná-lo concreto?

A indagação 12 do questionário aborda a questão: “Quando você se depara com algo abstrato, consegue torná-lo concreto?”. Tal pergunta surgiu a partir do perfil do empreendedor proposto por Dornelas, quando fala que os empreendedores fazem a diferença, pois transformam uma ideia abstrata em algo concreto. O Gráfico 12 mostra o resultado desse questionamento:

Gráfico 12 – Quando você se depara com algo abstrato, consegue torná-lo concreto?



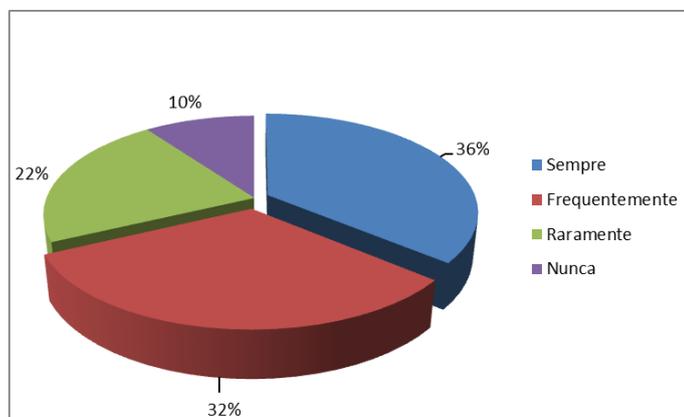
Fonte: Pesquisa direta, 2013.

Observa-se pelo Gráfico 12 as resposta da pergunta já mencionada: 62% assinalaram Frequentemente, 33% Raramente, 4% Sempre e 1% Nunca. Ou seja, analisando o Gráfico 12, pode-se considerar, de maneira geral, que os membros conseguem tornar concreto algo abstrato.

4.15 Você se preocupa com sua sucessão?

A indagação 13 do questionário aborda a questão: “Você se preocupa com sua sucessão? (para caso você precise se ausentar, alguém dar continuidade ao seu trabalho com maestria)”. Tal pergunta surgiu a partir do perfil do empreendedor social destacado pelo jornal Folha de São Paulo. O Gráfico 13 mostra o resultado desse questionamento:

Gráfico 13 – Você se preocupa com sua sucessão?



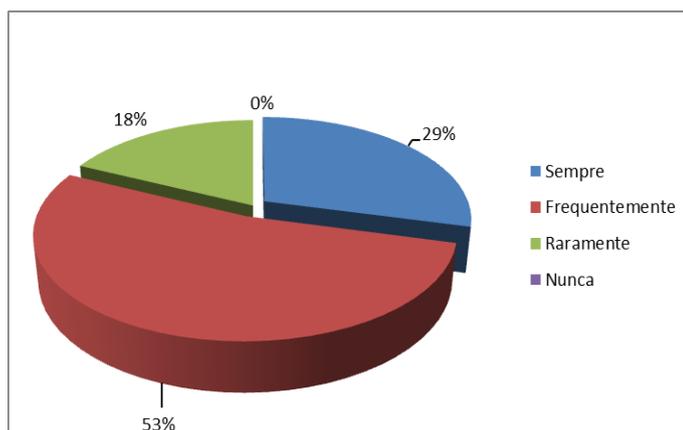
Fonte: Pesquisa direta, 2013.

Observa-se pelo Gráfico 13 as resposta da pergunta já mencionada: 36% assinalaram Sempre, 32% Frequentemente, 22% Raramente, 10% Nunca. Ou seja, analisando o Gráfico 13, pode-se considerar, de maneira geral, que os membros se preocupam com sua sucessão.

4.16 Você inspira outras pessoas a se engajarem em causas que você luta?

A pergunta 14 do questionário aborda a questão: “Você inspira outras pessoas a se engajarem em causas que você luta?”. Tal indagação surgiu a partir do perfil do empreendedor social sugerido pela Ashoka. O Gráfico 14 mostra o resultado desse questionamento:

Gráfico 14 – Você inspira outras pessoas a se engajarem em causas que você luta?



Fonte: Pesquisa direta, 2013.

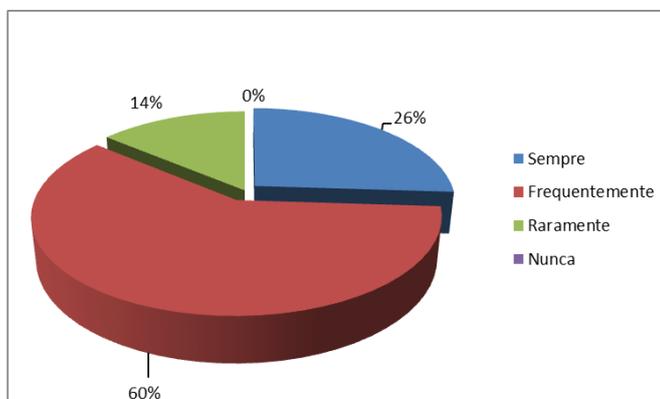
Observa-se pelo Gráfico 14 as resposta da pergunta já mencionada: 53% assinalaram Frequentemente, 29% Sempre, 18% Raramente e 0% Nunca. Ou seja, analisando o Gráfico 14, pode-se considerar, de maneira geral, que os membros inspiram outras pessoas a se engajaram nas causas em que atuam.

4.17 Você se considera como alguém que faz a diferença no mundo?

A pergunta 15 do questionário aborda a questão: “Você se considera como alguém que faz a diferença no mundo?”. Tal indagação surgiu a partir do perfil do empreendedor social sugerido pela Ashoka, pois trazem mudanças significativas

e também de Dornelas, já que fazem a diferença. O Gráfico 15 mostra o resultado desse questionamento:

Gráfico 15 – Você se considera como alguém que faz a diferença no mundo?



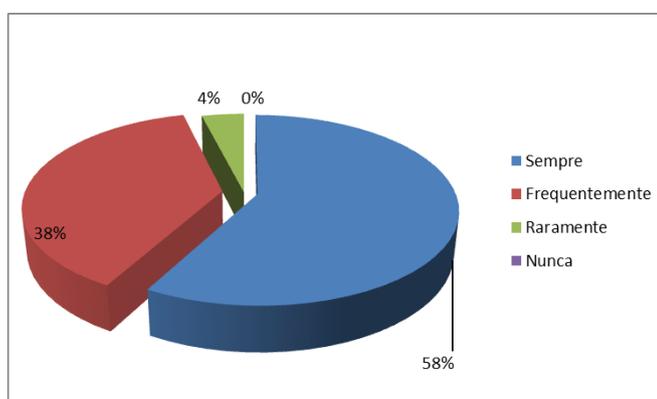
Fonte: Pesquisa direta, 2013.

Observa-se pelo Gráfico 15 as resposta da pergunta já mencionada: 60% assinalaram Frequentemente, 26% Sempre, 14% Raramente e 0% Nunca. Ou seja, analisando o Gráfico 15, pode-se considerar, de maneira geral, que os membros fazem a diferença.

4.18 Você adere às normas das instituições nas quais participa?

A pergunta 16 do questionário aborda a questão: “Você adere às normas das instituições nas quais participa?”. Tal indagação surgiu a partir do perfil do empreendedor social destacado pelo jornal Folha de São Paulo. O Gráfico 16 mostra o resultado desse questionamento:

Gráfico 16 – Você adere às normas das instituições nas quais participa?



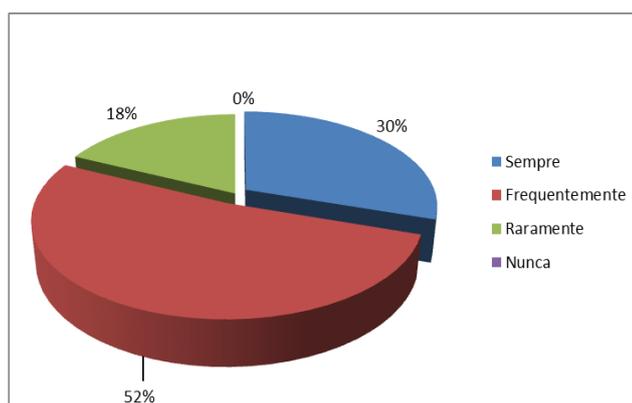
Fonte: Pesquisa direta, 2013.

Nota-se pelo gráfico 16 as resposta da pergunta já mencionada: 58% assinalaram Sempre, 38% Frequentemente, 4% Raramente e 0% Nunca. Ou seja, analisando o Gráfico 16, pode-se considerar, de maneira geral, aderem às normas da instituição que participa.

4.19 Você procura elaborar os projetos sociais de forma planejada?

A pergunta 17 do questionário aborda a questão do planejamento através da indagação: “Você procura elaborar os projetos sociais de forma planejada?”. Tal questionamento surgiu a partir das considerações de Tenório (2005) com relação aos instrumentos de gestão. O Gráfico 17 mostra o resultado desse questionamento:

Gráfico 17 – Você procura elaborar os projetos sociais de forma planejada?



Fonte: Pesquisa direta, 2013.

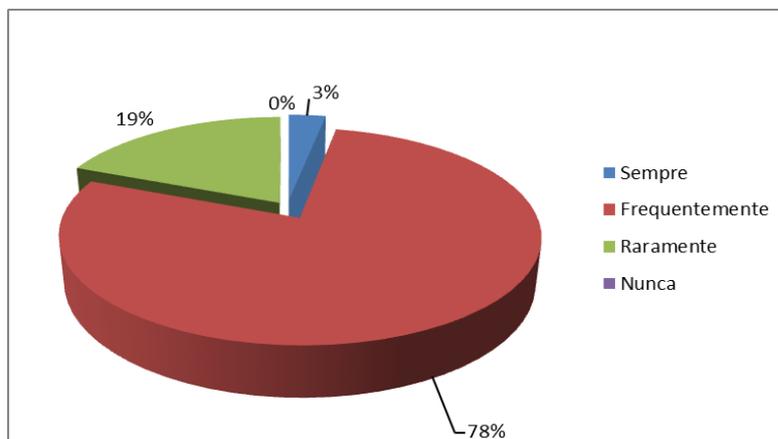
Nota-se pelo Gráfico 17 as resposta da pergunta já mencionada: 52% assinalaram Frequentemente, 30% Sempre, 18% Raramente e 0% Nunca. Ou seja, analisando o Gráfico 17, pode-se considerar, de maneira geral, que os membros se planejam ao elaborar os projetos sociais.

4.20 As ações previstas por você, no desenvolvimento dos projetos sociais, são executadas conforme planejadas?

A pergunta 18 do questionário indaga com relação à execução: “As ações previstas por você, no desenvolvimento dos projetos sociais, são executadas conforme planejadas?”. Tal questionamento surgiu a partir das considerações de

Tenório (2005) com relação aos instrumentos de gestão. O Gráfico 18 mostra o resultado desse questionamento:

Gráfico 18 – As ações previstas por você, no desenvolvimento dos projetos sociais, são executadas conforme planejadas?



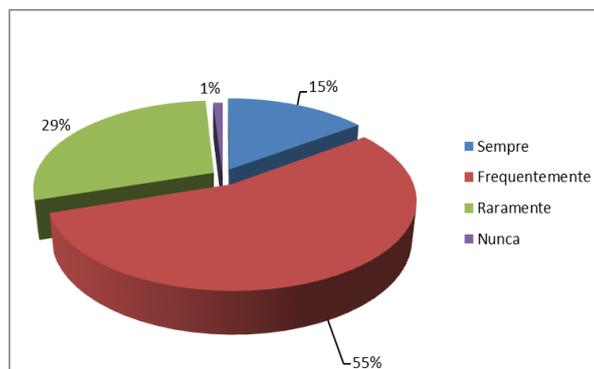
Fonte: Pesquisa direta, 2013.

Observa-se pelo gráfico 18 as resposta da pergunta já mencionada: 78% assinalaram Frequentemente, 19% Raramente, 3% Sempre e 0% Nunca. Ou seja, analisando o Gráfico 18, pode-se considerar, de maneira geral, que os membros executam suas tarefas conforme o planejado.

4.21 Você acompanha as ações implementadas nos projetos sociais, para verificar se estão sendo executadas conforme planejada?

A pergunta 19 do questionário indaga com relação ao acompanhamento das atividades: “Você acompanha as ações implementadas nos projetos sociais, para verificar se estão sendo executadas conforme planejada?”. Tal questionamento surgiu a partir das considerações de Tenório (2005) com relação aos instrumentos de gestão. O Gráfico 19 mostra o resultado desse questionamento:

Gráfico 19 – Você acompanha as ações implementadas nos projetos sociais, para verificar se estão sendo executadas conforme planejada?



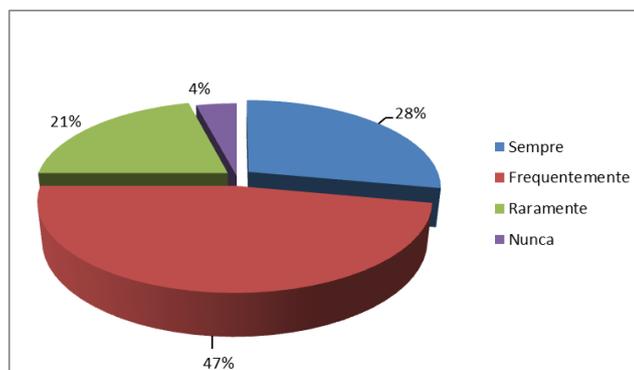
Fonte: Pesquisa direta, 2013.

Nota-se pelo gráfico 19 as resposta da pergunta já mencionada: 55% assinalaram Frequentemente, 29% Raramente, 15% Sempre e 1% Nunca. Ou seja, analisando o Gráfico 19, pode-se considerar, de maneira geral, que os membros acompanham as ações que estão sendo executadas.

4.22 Você realiza ações corretivas, casos as que foram planejadas para os projetos sociais não saíram conforme planejadas?

A pergunta 20 do questionário indaga com relação à correção das atividades: “Você realiza ações corretivas, casos as que foram planejadas para os projetos sociais não saíram conforme planejadas?”. Tal questionamento surgiu a partir das considerações de Tenório (2005) com relação aos instrumentos de gestão. O Gráfico 20 mostra o resultado desse questionamento:

Gráfico 20 – Você realiza ações corretivas, casos as que foram planejadas para os projetos sociais não saíram conforme planejadas?



Fonte: Pesquisa direta, 2013.

Observa-se pelo Gráfico 20 as resposta da pergunta já mencionada: 47% assinalaram Frequentemente, 28% Sempre, 21% Raramente, e 4% Nunca. Ou seja, analisando o Gráfico 20, pode-se considerar, de maneira geral, que os membros realizam ações corretivas, caso seja necessário.

4.23 Considerações gerais sobre os dados

Após analisar cada um dos dados coletados na pesquisa, observar cada um dos gráficos produzidos, assim como as tabelas, pode-se classificar como bastante satisfatório os resultados encontrados. O índice de respostas mais baixo foi o índice (1) Nunca e o índice com o maior percentual foi o índice (3) Frequentemente.

Pode-se constatar que as perguntas com maiores níveis de respostas positivas, índices 4 e 3, foram as perguntas 8 - *Há em você um profundo comprometimento com os projetos em que está envolvido?* com 97%, somando-se os dois índices; 6 - *Você se considera apaixonado pelas causas que atua?* e 16 - *Você adere às normas das instituições nas quais participa?* ambas com 96%, somando-se os índices 3 e 4. Logo, segundo essa pesquisa, o comprometimento e a paixão para com as causas em que atuam e o respeito às normas da instituição são os pontos que mais caracterizam o empreendedorismo social na associação.

Ja com relação aos itens com os menores percentuais, considerando-se a soma dos índices 4 e 3, temos a pergunta 12 - *Quando você se depara com algo abstrato, consegue torná-lo concreto?* com o menor percentual, 66%; seguida pela indagação 13 - *Você se preocupa com sua sucessão? (para caso você precise se ausentar, alguém dar continuidade ao seu trabalho com maestria).* com 68%; e, por fim, o questionamento 19 - *Você acompanha as ações implementadas nos projetos sociais, para verificar se estão sendo executadas conforme planejada?* com 70% no somatório dos desses dois índices. Sendo assim, pode-se afirmar, segundo essa pesquisa, que a concretude, a sucessão e o acompanhamento são as características dos empreendedores sociais que mais precisam ser desenvolvidas na associação.

Com relação aos dados ocupacionais coletados, notamos uma imensa variedade com relação a todos os aspectos perguntados. Sobre o tempo que os respondentes participam dos projetos, esses variam desde poucos meses até muitos anos. Já relacionado à função, também houve muitas respostas diferentes, tais como: monitor, catequista, membro, coordenador, ajudante, supervisor, auxiliar de coordenação e etc. Por fim, destacamos que todos os projetos organizados pela Ação Social Lumen foram representados nessa pesquisa e citados pelos respondentes de acordo com o projeto que participam.

CONCLUSÃO

O avanço das instituições do Terceiro Setor é bastante evidente nas últimas décadas. Cada vez mais elas têm participado de maneira ativa na construção da sociedade. É importante que as instituições acadêmicas voltem cada vez mais o seu olhar para as organizações que compõe esse setor. Tomando como base esses aspectos, esse trabalho monográfico foi construído para aprofundarmos nossos estudos em alguns pontos.

O trabalho teve como tema empreendedorismo social em instituições sem fins lucrativos, como o caso de uma associação na cidade de Fortaleza/CE. Nele foram envolvidos três aspectos principais: um ramo do empreendedorismo, o empreendedorismo social, as instituições sem fins lucrativos e uma associação sediada em fortaleza, o Lumen.

O objetivo geral do presente trabalho era analisar de que forma o empreendedorismo social é percebido pelos membros de uma associação. Tal objetivo mescla algo altamente administrativo, no caso, um ramo do empreendedorismo, com algo altamente prático e social, no caso, uma associação. O confronto dessas duas percepções ocorreram de maneira peculiar e interessante.

O perfil dos respondentes do questionário foi retratado a partir do Quadro 10, notamos que em sua maioria, os membros que responderam a pesquisa são do sexo masculino, tem entre 19 e 24 e cursando o ensino superior.

O primeiro objetivo específico proposto por esse trabalho era Levantar os fatores que caracterizam o empreendedorismo social em uma associação. Após a pesquisa bibliográfica e documental, levantamos os perfis de instituições e autores que trabalham com empreendedorismo social. A partir da análise dos dados coletados na Associação Lumen, pode-se considerar válido o primeiro pressuposto deste trabalho, o empreendedorismo social se aplica a associações, pois o resultado foi completamente positivo, visto que em todas as perguntas do questionário as respostas dos membros tinham mais de 50% dos índices 4 e 3, Sempre e Frequentemente, respectivamente, e os índices 2 e 1, Raramente e

Nunca, sempre tinham menos de 50% das respostas. Ou seja, segundo esse estudo de caso, o empreendedorismo social se aplica a associações.

Este trabalho teve como segundo objetivo específico Coletar as percepções dos membros de uma associação na cidade de Fortaleza/CE acerca das características do empreendedor social. Após a análise dos dados coletados, notamos que o segundo pressuposto, Os membros de associações se percebem como empreendedores sociais, também é considerado válido, pois os membros da associação realmente se percebem empreendedores sociais, haja vista que eles se enquadram de maneira bastante satisfatória nos perfis de empreendedores sociais utilizados no levantamento bibliográfico deste trabalho.

É válido ressaltar que embora muitos membros da Associação Lumen não tenham conhecimento da teoria sobre empreendedorismo social ou sobre outros aspectos da administração, como os recursos e ferramentas de gestão, por exemplo, eles na prática se encaixam nos perfis propostos por autores como Dornelas e Tenório e por instituições como Ashoka e Folha de São Paulo.

Cabe ainda salientar que seria importante numa pesquisa futura, aplicar a pesquisa em mais instituições com características semelhantes, haja vista que cada uma tem suas particularidades e peculiaridades. Assim, haverá também o confronto dos dados obtidos em cada uma das organizações, fazendo com que os resultados possam se aperfeiçoar ainda mais.

Portanto, os conceitos expendidos neste Projeto Interdisciplinar e que conduziram à obtenção desses resultados não pretendem esgotar o assunto, mas dar uma contribuição para exploração do tema, em outros contextos.

REFERÊNCIAS

ADLER, N.J., Cambell, N. et Laurent, A. (1989), In search of appropriate methodology: from outside the People's Republic of China looking in, Journal of International Business Studies, Vol. 70, nº 1, pp. 61-74.

ALVES JUNIOR, M.D. Sustentabilidade na gestão de organizações do terceiro setor – um estudo dos empreendimentos sociais apoiados pela Ashoka. Dissertação. Mestrado em administração de empresas, Unifor. Fortaleza, 2008.

ALBUQUERQUE, A. C. Carneiro de. Terceiro Setor: história e gestão de organizações. São Paulo: Summus, 2006.

ASHOKA Empreendedores Sociais e McKinsey & Company, Inc. Empreendimentos sociais sustentáveis: como elaborar planos de negócio para organizações sociais. São Paulo: Peirópolis, 2001.

BAQUIT, Silvia H. Carneiro. A análise da experiência de negócios da cooperativa pirambu digital em fortaleza/CE. Dissertação (Mestrado acadêmico em administração) – Universidade Estadual do Ceará, UECE. Fortaleza, 2008.

BOAVA, Diego L. T.; Macedo, Fernanda M. F. Estudo sobre a essência do empreendedorismo. 30º Encontro da ANPAD, 2006. Salvador.

CARRIO, Rosinha Machado. Organizações privadas sem fins lucrativos: a participação do mercado no terceiro setor. Tempo soc. vol.12 no.2 São Paulo Nov. 2000.

CHAVES, Rosário. A Origem do empreendedorismo social II. 6 de abril de 2011. Disponível em: <http://empreendedorismo-social.blogspot.com.br/2011/04/origem-do-empreendedorismo-social-ii.html>. Acesso em 20 de novembro de 2013.

CORREIA, Fabio Cardoso. Terceiro setor e gestão social. 2005. Disponível em: http://www.educacaofiscal.rj.gov.br/pdf/CADERNO_3oSETOR.pdf. Acesso em: 19/05/2010.

DEES, Gregory J. The meaning of “social entrepreneurship” Disponível em: http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/dees_SE.pdf Texto original criado em 31 out 1998. Reformado e revisado em 30 mai 2001. Acesso em: 18 ago 2005.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DOXSEY, Jaime Roy; RIZ, Joelma de. Metodologia da Pesquisa Científica. Escola Superior Aberta do Brasil, 2003.

DRUCKER, Peter F. Administrando em organizações sem fins lucrativos: princípios e práticas. São Paulo: Pioneira, 1994.

DUTRA, I. S.; PREVIDELLI, J. J. Perfil do empreendedor versus mortalidade de empresas: estudo de caso do perfil do micro e pequeno empreendedor. ENANPAD, 27., 2003, Atibaia. Anais... Atibaia, 2003.

EVRARD, Y., Pras, B. et E. Roux (2003), Market - Etudes et recherches en marketing, Nathan, Paris.

FERNANDES, Rubem César. Privado Porém Público: o Terceiro Setor na América Latina. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.

FERREIRA, Victor Cláudio P. ONGs no Brasil: um estudo sobre suas características e fatores que têm induzido seu crescimento. 2005. 271 f. Tese (Doutorado) - Administração, FGV, Rio De Janeiro, 2005.

FILION, Louis Jacques; DOLABELA, Fernando et al. Boa Ideia! E agora? In: FILION, Louis Jacques. Empreender: um sistema ecológico de vida. São Paulo: Cultura, 2000.

FOLHA DE SÃO PAULO, Jornal. Perfil do empreendedor social. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/regulamento-premio_empreendedor_social.shtml. Acesso em 21/11/2013.

Fonseca, J. J. S. Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar proje-tos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1991.

GODOY, Arilda S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. In Revista de Administração de Empresas. Vol. 35, nº 2, 1995, pp. 57-63.

HECKERT, C.R.; SILVA, M.T. da. Qualidade de serviços nas organizações do terceiro setor. Prod. vol.18 no.2 São Paulo 2006.

LEVITT, Theodore. Third Sector – nemptacies for a responsive society. Harvard University, EUA:1973.

LUMEN, Associação. Relatório de atividades do ano de 2013. Fortaleza, 2013.

_____. Portfolio da Associação. Fortaleza, 2013.

_____. Portfolio dos projetos sociais. Fortaleza, 2013.

_____. Estatuto interno da comunidade. Fortaleza, 2010.

MARSHALL, C. et Rossman, G. B. (1989), Designing Qualitative Research, Sage Publications, Newbury Park, CA

MAXIMIANO, A. C. A. Teoria geral da administração: da escola científica à competitividade da economia globalizada. São Paulo: Atlas, 1997.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. O desafio do conhecimento científico: pesquisa qualitativa em saúde. 2ª edição. São Paulo/Rio de Janeiro: Hucitec-Abrasco, 1993.

OLIVEIRA, Edson Marques. Empreendedorismo Social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias. Revista FAE. Curitiba, v.7, n.2, p.9-18, jul./dez. 2004.

OLIVEIRA, Mirian; FREITAS, Henrique M.R. Focus Group – pesquisa qualitativa: resgatando a teoria, instrumentalizando o seu planejamento. Revista de Administração, São Paulo. V. 33, n. 3, p. 83-91, julho/setembro, 1998.

PARENTE, Cristina; COSTA, Daniel; SANTOS, Mônica; CHAVES, Rosário Rito. Empreendedorismo social: contributos teóricos para a sua definição. XIV Encontro Nacional de Sociologia Industrial, das Organizações e do Trabalho. Lisboa, 26 e 27 de Maio de 2011.

RICHARDSON, Roberto Jarry et al. Pesquisa social: métodos e técnicas. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo, SP: Atlas, 2008. 334p.

SANTOS, Filipe. O que é empreendedorismo social? INSEAD 2012, Journal of Business Ethics. 2012.

SILVA, Carlos E. F. Gestão, legislação e fontes de recursos no terceiro setor brasileiro: uma perspectiva histórica. Rev. Adm. Pública vol.44 no.6 Rio de Janeiro Nov./Dec. 2010.

SILVA, E. L., MENEZES, E. M. Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação. Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000, 118p.

STRAUSS, A., CORBIN, J., 1998. Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory. 2 ed. London, SAGE Publications.

TENÓRIO, F. G. Org. Gestão de ONGs: Principais funções gerenciais. 4ª ed. Rio de Janeiro. Editora FGV, 2005.

TEODÓSIO, A. S. S. O Terceiro Setor de Múltiplos Atores e de Múltiplos Interesses: pluralidade ou fragmentação na provisão de políticas públicas? In: Anais do XXV Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ENANPAD). Atibaia – SP: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ANPAD), 09/2002.

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e Relatórios de pesquisa em Administração. Atlas, São Paulo. 1998.

VOLTOLINI, Ricardo, Org. Terceiro Setor: Planejamento e Gestão. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.

YIN, R. (2003), Estudo de Caso. Planejamento e Métodos, Sage Publications, Thousand Oaks (CA), 2ª edição.

APÊNDICES

Apêndice 1 – Questionário de Pesquisa (impresso).

EMPREENDEDORISMO SOCIAL EM INSTITUIÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS (QUESTIONÁRIO DE PESQUISA)

Caro Membro,

Esta pesquisa tem como objetivo analisar de que forma os projetos sociais são desenvolvidos em uma organização do terceiro setor. No caso a instituição escolhida para o estudo, foi o Lumen, por ser uma Instituição Sem Fins Lucrativos, com forte engajamento social.

Por tal razão, pedimos a sua contribuição no sentido de marcar com um “X” o valor que melhor representa a sua percepção acerca da relação de empreendedorismo social, a partir dos projetos sociais desenvolvidos no Lumen.

Legenda:

- 4 – Sempre
- 3 – Frequentemente
- 2 – Raramente
- 1 – Nunca

Muito obrigado!

PERGUNTA	RESPOSTA			
	4	3	2	1
1. Você se considera inovador, ou seja, gosta de fazer coisas que as pessoas ainda não tenham feito?				
2. Você procura colocar suas ideias em prática para que elas gerem frutos a você?				
3. Você procura ter visão do todo, a longo prazo?				
4. Você já teve alguma ideia que ajudou alguém a melhorar de vida?				
5. Você ajuda em projetos sociais?				
6. Você se considera apaixonado pelas causas que atua?				
7. Você trabalharia sem receber dinheiro para que a sociedade como um todo melhore?				
8. Há em você um profundo comprometimento com os projetos em que está envolvido?				
9. Você se considera seguro em suas decisões?				
10. Você costuma perceber quando uma oportunidade é boa?				
11. Você se considera dinâmico?				
12. Quando você se depara com algo abstrato, consegue torná-lo concreto?				

PERGUNTA	RESPOSTA			
	4	3	2	1
13. Você se preocupa com sua sucessão? (para caso você precise se ausentar, alguém dar continuidade ao seu trabalho com maestria).				
14. Você inspira outras pessoas a se engajarem em causas que você luta?				
15. Você se considera como alguém que faz a diferença no mundo?				
16. Você adere às normas das instituições nas quais participa?				
17. Você procura elaborar os projetos sociais de forma planejada?				
18. As ações previstas por você, no desenvolvimento dos projetos sociais, são executadas conforme planejadas?				
19. Você acompanha as ações implementadas nos projetos sociais, para verificar se estão sendo executadas conforme planejada?				
20. Você realiza ações corretivas, casos as que foram planejadas para os projetos sociais não saíram conforme planejadas?				

PERFIL SÓCIO-DEMOGRÁFICO

Idade: _____

Sexo: Masculino Feminino

Escolaridade:

Nível Médio Nível Técnico Graduação Pós Graduação

DADOS OCUPACIONAIS

Projeto: _____

Função: _____

Tempo no projeto: _____

Apêndice 2 – Questionário de Pesquisa (on line)

Página 1 de 3

Título do Formulário



1. Você se considera inovador, ou seja, gosta de fazer coisas que as pessoas ainda não tenham feito? *

- Sempre
- Frequentemente
- Raramente
- Nunca

2. Você procura colocar suas ideias em prática para que elas gerem frutos a você? *

- Sempre
- Frequentemente
- Raramente
- Nunca

3. Você procura ter visão do todo, a longo prazo? *

- Sempre
- Frequentemente
- Raramente
- Nunca

4. Você já teve alguma ideia que ajudou alguém a melhorar de vida? *

- Sempre
- Frequentemente
- Raramente
- Nunca

5. Você ajuda em projetos sociais? *

- Sempre
- Frequentemente
- Raramente
- Nunca

6. Você se considera apaixonado pelas causas que atua? *

- Sempre
- Frequentemente
- Raramente
- Nunca

7. Você trabalharia sem receber dinheiro para que a sociedade como um todo melhore? *

- Sempre
- Frequentemente
- Raramente
- Nunca

8. Há em você um profundo comprometimento com os projetos em que está envolvido? *

- Sempre
- Frequentemente
- Raramente
- Nunca

9. Você se considera seguro em suas decisões? *

- Sempre
- Frequentemente
- Raramente
- Nunca

10. Você costuma perceber quando uma oportunidade é boa? *

- Sempre
- Frequentemente
- Raramente
- Nunca

11. Você se considera dinâmico? *

- Sempre
- Frequentemente
- Raramente
- Nunca

12. Quando você se depara com algo abstrato, consegue torná-lo concreto? *

- Sempre
- Frequentemente
- Raramente
- Nunca

13. Você se preocupa com sua sucessão? (para caso você precise se ausentar, alguém dar continuidade ao seu trabalho com maestria). *

- Sempre
- Frequentemente
- Raramente
- Nunca

14. Você inspira outras pessoas a se engajarem em causas que você luta? *

- Sempre

- Frequentemente
- Raramente
- Nunca

15. Você se considera como alguém que faz a diferença no mundo? *

- Sempre
- Frequentemente
- Raramente
- Nunca

16. Você adere às normas das instituições nas quais participa? *

- Sempre
- Frequentemente
- Raramente
- Nunca

17. Você procura elaborar os projetos sociais de forma planejada? *

- Sempre
- Frequentemente
- Raramente
- Nunca

18. As ações previstas por você, no desenvolvimento dos projetos sociais, são executadas conforme planejadas? *

- Sempre
- Frequentemente
- Raramente
- Nunca

19. Você acompanha as ações implementadas nos projetos sociais, para verificar se estão sendo executadas conforme planejada? *

- Sempre
- Frequentemente
- Raramente
- Nunca

20. Você realiza ações corretivas, casos as que foram planejadas para os projetos sociais não saíram conforme planejadas? *

- Sempre
- Frequentemente
- Raramente
- Nunca

PERFIL SOCIO-DEMOGRAFICO DO RESPONDENTE

Sexo

- Masculino
- Feminino

Idade

- Até 18 anos
- Entre 19 a 24 anos
- Entre 25 a 30 anos
- A partir de 31 anos

Escolaridade

- Ensino Médio Incompleto
- Ensino Médio Completo
- Ensino Superior Incompleto
- Ensino Superior Completo
- Pós Graduação

Página 3 de 3

DADOS OCUPACIONAIS

Projeto:

Tempo no projeto:

Função:

Apêndice 3 – Comunicado de sensibilização

Bom Dia,

Sei que muitos daqui não me conhecem, mas me chamo Lucas Oliveira, faço parte do Lumen há 9 anos e sou Consagrado da comunidade.

Estou escrevendo minha monografia sobre empreendedorismo social e escolhi os projetos sociais do Lumen para usar como estudo de caso.

Queria pedir a ajuda de vocês pra entender melhor a percepção dos participantes sobre alguns pontos, para que possa auxiliar esse meu estudo.

Peço que respondam esse formulário do link abaixo e me ajudem.

Conto com vocês!!!

"O Amor é nossa Meta!

Cristo é nossa Luz!"

<https://docs.google.com/forms/d/13d9gEK0fOsi-BnjRrflwhYn8KAwK7s8-bHGRCJHPvI8/viewform>